

Hochschule Bremen

Fakultät 3

Internationaler Studiengang Angewandte Freizeitwissenschaft (B.A.)

Vom Massentourismus zum nachhaltigen Strandurlaub

Eine Untersuchung zum Reiseverhalten der Deutschen im
Strandtourismus

Bachelor-Thesis

1. Gutachter:	Prof. Dr. Bernd Stecker
2. Gutachter:	Dr. Dieter Brinkmann

Eingereicht von: Daria Wieting

Anschrift: An den Roden 21

28816 Stuhr

Matrikelnr.: 323506

E-Mail: daria.wieting@gmail.com

Ort, Abgabetermin:

Bremen, 09.02.2016

Zusammenfassung

Strandtourismus stellt die beliebteste Urlaubsform der deutschen Bevölkerung dar. Allerdings unterstützen die typischen Strandurlaube den Massenmarkt und führen so zu den gravierenden ökologischen und soziokulturellen Folgen. Um negative Auswirkungen des Tourismus zu reduzieren, müssen die Strandurlauber nachhaltiger verreisen. Auf Basis einer empirischen quantitativen Untersuchung wird das Reiseverhalten der deutschen Strandurlauber sowie ihre Einstellung zum nachhaltigen Tourismus untersucht. Anhand der Befragungsergebnissen wird eine Typologie unterschiedlicher Reisenden erstellt. Deutlich wird es, dass die meisten Strandurlauber nicht nachhaltig verreisen. Gleichzeitig zeigen viele Touristen das Interesse an einem umweltfreundlichen und sozialverträglichen Reisen. Um den nachhaltigen Tourismus zu stärken müssen verschiedene touristische Akteure wichtige Maßnahmen ergreifen.

Abstract

Beach tourism represents the favourite travel form of the german population. However, the typical beach holidays maintain the mass market and lead to grave ecological and social-cultural consequences. The beach tourists have to travel in a sustainable way to reduce the negative effects of the tourism. Based on the empirical quantitative research, the travel behavior of the german beach travellers as well as their attitude toward sustainable tourism will be analysed. On the basis of the survey results, a typology of different travellers will be established. It seems clear that holidays of the majority of the beach travellers are not sustainable. At the same time, many tourists show an interest in ecologically friendly and socially acceptable holidays. Stakeholders in tourism have to take serious measures to strengthen the sustainable tourism.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	5
1.1	Problemstellung	5
1.2	Zielsetzung	5
1.3	Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit	6
2	Massentourismus und Strandurlaub	7
2.1	Begriffsklärungen	7
2.2	Historische Entwicklung des Strand- und Massentourismus.....	9
2.3	Aktuelle Rolle des Strandtourismus.....	10
2.4	Auswirkungen des Massentourismus auf die Strandreiseziele	12
2.4.1	Ökologische Auswirkungen	12
2.4.2	Soziokulturelle Auswirkungen	20
2.4.3	Ökonomische Auswirkungen	22
3	Nachhaltiger Strandurlaub – eine Alternative.....	24
3.1	Begriffsklärung	24
3.2	Ökologisch nachhaltigerer Strandurlaub.....	25
3.3	Sozialökonomisch nachhaltigerer Strandurlaub	27
3.4	Beispiel eines nachhaltigen Strandurlaubes (Ligurien)	28
4	Methoden der empirischen Untersuchung	31
4.1	Erhebungsmethode.....	31
4.2	Aufbau des Fragebogens.....	32
4.3	Auswertungsmethode.....	33
5	Ergebnisse und Interpretation der empirischen Untersuchung.....	35
5.1	Gesamtauswertung	35
5.1.1	Soziodemographische Beschreibung der Stichprobe.....	35
5.1.2	Reiseverhalten der Strandurlauber.....	36
5.1.3	Einstellung der Strandurlauber zum nachhaltigen Tourismus	42
5.2	Typen der Strandurlauber	46
5.2.1	Typ der Strandurlauber „Deutschland“ (nachhaltiger Typ).....	46

5.2.2	Typ der Strandurlauber „Europa“ (potenziell nachhaltiger Typ).....	47
5.2.3	Typ der Strandurlauber „Spanien/ Türkei/ Nordafrika“ (nicht-nachhaltiger Typ)	48
5.2.4	Typ der Strandurlauber „Fernziele“ (gemischter Typ)	50
5.3	Spezifische Ergebnisse und Zusammenhänge	52
6	Handlungsempfehlungen	54
6.1	Handlungsempfehlungen für Strandurlauber	54
6.2	Handlungsempfehlungen für Destinationen und Anbieter	55
6.3	Handlungsempfehlungen für Reiseveranstalter/ Reisebüros	59
6.4	Handlungsempfehlungen für Regierungen	60
6.5	Handlungsempfehlungen für weitere Studien.....	61
7	Fazit.....	62
8	Abkürzungsverzeichnis	65
9	Tabellen- und Abbildungsverzeichnis.....	66
10	Quellenverzeichnis.....	67
11	Anhang.....	75
12	Eidesstattliche Erklärung	90

1 Einleitung

Die Tourismusindustrie spielt in Deutschland wirtschaftlich und gesellschaftlich eine immer größere Rolle. Laut dem Deutschen ReiseVerband belief sich die Anzahl der deutschen Reisenden im Jahr 2010 auf 49,0 Mio. Schon vier Jahre später hat sich die Zahl auf 54,6 Mio. erhöht (vgl. Der Deutsche ReiseVerband 2011/ Der Deutsche ReiseVerband 2015). Das Leben ohne Reisen ist für viele Menschen unvorstellbar geworden. Im Urlaub entspannt man sich, erholt sich vom stressigen Alltag und erhält neue Eindrücke. Das Urlaubsmotiv „Sonne, Wärme, schönes Wetter haben“ hat für 67% der deutschen Bevölkerung eine entscheidende Bedeutung (vgl. F.U.R. 2014). Damit ist der Strandurlaub die beliebteste Art des Reisens unter den Deutschen. Doch wird heutzutage der typische Strandurlaub von einem anderen Begriff begleitet – dem Massentourismus. Ein zweiwöchiger Urlaub auf Mallorca oder Teneriffa in einem 4-Sterne-Hotel mit einer All-Inclusive-Verpflegung ist kein Luxus mehr. Die Reiseveranstalter konkurrieren hart miteinander, um ihre Marktanteile zu erhöhen. Die günstigsten Angebote für so eine Pauschalreise findet man schnell im Internet. Die Nachfrage der Urlauber steigt kontinuierlich. Nun muss die touristische Infrastruktur vor Ort dementsprechend den aktuellen Bedarf decken können. Wohin führt jedoch diese Tendenz und welche Folgen hat der Massentourismus?

1.1 Problemstellung

Die zentrale Problemstellung der vorliegenden Arbeit lautet: Wie ist das aktuelle Urlaubsverhalten der deutschen Strandurlauber, auf welche Faktoren legen sie Wert bei der Reisebuchung und wie hoch wäre ihre Bereitschaft, den Urlaub nachhaltiger zu gestalten?

Des Weiteren sollen folgende Fragen beantwortet werden: Warum entscheiden sich die Strandurlauber überhaupt für eine typische Pauschalreise und unterstützen dabei den Massentourismus und unter welchen Bedingungen würden sie einen nachhaltigeren Urlaub buchen wollen? Sind zwischen den deutschen Strandurlauber die Unterschiede im Reiseverhalten zu erkennen?

1.2 Zielsetzung

Im Rahmen dieser Arbeit soll die bereits vorhandene Literatur analysiert werden, um die aktuelle Rolle des Strandtourismus zu erläutern. Außerdem sollen die Auswirkungen des Massentourismus in Betracht gezogen werden.

Ziel der Arbeit ist es, das aktuelle Urlaubsverhalten der Strand- und Sonnenurlauber mithilfe der empirischen Forschung zu untersuchen, sowie festzustellen, wie hoch die Bereitschaft dieser

Urlauber wäre, ihre Reise nachhaltiger zu gestalten. Anhand der Untersuchungsergebnisse sollen Handlungsempfehlungen abgeleitet werden, welche die Entwicklung des nachhaltigen Reisens in der Zukunft unterstützen werden.

1.3 Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit setzt sich aus einem theoretischen und einem empirischen Teil zusammen. Der theoretische Teil der Arbeit wird mittels einer Sekundäranalyse dargestellt. Dabei werden bereits existierende Daten, die nicht extra für dieses Forschungsprojekt erhoben wurden, aus der Fachliteratur ausgewertet (vgl. Flick 2009, S. 129).

So werden nach der Einleitung in den Kapiteln zwei und drei zunächst die theoretischen Grundlagen für die Empirie gelegt. Nachdem die Begriffe „Massentourismus“ und „Strandtourismus“ erläutert werden, liefert das zweite Kapitel Einblicke in die geschichtliche Entwicklung des Strand- und Massentourismus. Anschließend wird die heutige Bedeutung des Strandtourismus auf internationaler sowie nationaler Ebene thematisiert. Daraufhin folgt die Auseinandersetzung mit den ökologischen, soziokulturellen und ökonomischen Folgen des Massentourismus auf die Küstendestinationen. Da die ökologischen Auswirkungen des Tourismus besonders vielfältig sind, findet diese Problematik eine besondere Beachtung. Im dritten Kapitel wird der nachhaltige Strandurlaub definiert und charakterisiert. Es wird dabei auf alle drei Aspekte der Nachhaltigkeit (Ökologie, Soziales und Ökonomie) näher eingegangen. Ein konkretes Beispiel des nachhaltigen Tourismus in Ligurien, Italien rundet den theoretischen Teil der Arbeit ab.

Die empirische Untersuchung basiert auf einer Primäranalyse, bei der neue Daten und Fragestellungen erschlossen werden. Die Grundlage der Primärforschung bildet eine quantitative schriftliche Befragung. Dabei wird als Instrument ein Fragebogen eingesetzt, der online beantwortet wird. Die Methodik der empirischen Untersuchung wird im vierten Kapitel ausführlicher dargestellt. Hierbei werden die zur Datenerhebung genutzte Methode, der Aufbau des Fragebogens sowie die Auswertungsmethode der gewonnenen Daten vermittelt. Das fünfte Kapitel liefert die Ergebnisse und Interpretation der empirischen Untersuchung. Mittels univariaten, bivariaten und multivariaten Analysen erfolgt eine Gesamtauswertung aller Ergebnisse, eine Darstellung der spezifischen Zusammenhänge sowie die Erstellung einer Typologie der deutschen Strandurlauber. Anschließend werden aus den Ergebnissen Handlungsempfehlungen abgeleitet, die zur Stärkung eines nachhaltigen Strandtourismus dienen können. Die Untersuchung endet mit einem Fazit, welches die zentralen Erkenntnisse und Rückschlüsse der Untersuchung liefert.

2 Massentourismus und Strandurlaub

2.1 Begriffsklärungen

Um das obengenannte Thema zu erforschen, müssen vorab die im Rahmen dieser Arbeit verwendeten Begriffe genauer definiert werden.

Der heutige Begriff „*Massentourismus*“ wird seit Jahrzehnten verwendet, bleibt aber oftmals in der Literatur undefiniert. Prof. Hans-Werner Prahel setzt sich mit dem Begriff auseinander, in dem er die drei Elemente des Wortes (Massen-Tour-Ismus) analysiert. Für Prahel ist die Masse eine „Bezeichnung für Gesellschaftliches“, hat dabei ausschließlich bedrohliche Kompetenzen und bringt Gefahr mit sich (vgl. Prahel 1994, S. 8ff.).

Der Begriff „Massentourismus“ ist bisweilen auch in allgemeinen lexikalischen Werken zu finden. Laut dem „Tourismus Lexikon“ von Günther Schroeder ist dieser Begriff durch zwei Phänomene geprägt:

„1. die auf der Grund des Wohlstands und stetig wachsenden Einkommens hohe Reiseintensität bei Urlaubsreisen sowie Ausflügen breiter Bevölkerungskreise,

2. die massenhaft auftretenden Gruppen in immer größer konzipierten Beförderungsmitteln, wie Großraumflugzeugen, riesigen Kreuzfahrtschiffen und Fähren sowie in den Bettenburgen der Haupttouristikkonzerne“ (Schroeder, S. 209).

Nach „Duden“ bedeutet Massentourismus „in großem Umfang betriebener Tourismus für breite Schichten der Bevölkerung“ (DUDEN o.J. a). Zu betonen ist, dass die beiden Definitionen sich ausschließlich mit dem quantitativen Aspekt auseinandersetzen und geben dabei keine Informationen zu den Auswirkungen des Massentourismus.

Nach Kaspar ist Massentourismus das „massierte Auftreten von Touristen, wobei negative Begleiterscheinungen je nach Art und Umwelt bereits bei einer Vielzahl von Touristen auftreten können“ (Kaspar 1986, S. 19, zit. n. Wegener-Spöhring 1991, S.12). Das Geographie-Lexikon für den Tourismus „GeoLex“ definiert den Begriff „Massentourismus“ wie folgt: „Modewort, mit dem häufig Überlastungstendenzen und negative Auswirkungen des Tourismus charakterisiert werden. Im eigentlichen Sinne bedeutet Massentourismus:

1. viele Menschen (Massen) reisen (können reisen),
2. viele reisen in Gruppen (Massen)“ (Bartl et al. 1998, S.145).

Hinsichtlich der Häufigkeiten und Touristenströme sowie der Einstellung auf lokale Gegebenheiten sind die folgenden Eigenschaften des Massentourismus zu berücksichtigen: Der Massentourismus „erzeugt einen regelmäßigen Touristenstrom und produziert (...) eine Erwartungshaltung westlichen Standards“ (Pongratz 2001, S.61).

Man kann behaupten, dass der Massentourismus ein gesellschaftliches Phänomen darstellt, und er wird „nicht nur zur Bezeichnung des quantitativ stark steigenden Reiseverhaltens immer größerer Bevölkerungsgruppen verwendet, sondern dient immer auch zur qualitativen Abwertung massenhaften Reisens“ (Prahl 1994, S. 8.).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Massentourismus heutzutage eine jedem Urlauber bekannte Form des Reisens ist. Eine wissenschaftliche Definition des Begriffes bleibt oftmals überflüssig. Hierbei wird dieses Phänomen zum größten Teil sogar in der Fachliteratur direkt als negativ definiert.

Der zweite Begriff, der inhaltlich abgegrenzt werden soll, ist der „*Strandtourismus*“. Obwohl der Strandurlaub eine sehr klassische Form der Reiseindustrie darstellt, gibt es in der Literatur keine einheitliche Definition des Begriffes. Die Bestimmung des Synonyms „Badeurlaub“ nach dem Duden scheint wenig hilfreich: Badeurlaub ist der „Urlaub am Meer oder an einem See, in dem hauptsächlich gebadet wird“ (DUDEN o.J. b).

Albrecht Steinecke verwendet in seinem Werk „Internationaler Tourismus“ den Begriff „Badetourismus“, gibt aber keine konkrete Definition. Der Autor bezeichnet Badetourismus als eine beliebteste Urlaubsform der „klassischen Trilogie“ – Sonne, Strandes und Meer (vgl. Steinecke 2014, S. 117).

Nach einer Urlauber-Typologie von Hahn 1974 werden sechs Haupturlaubstypen unterschieden, die A-, B-, F-, S- und zwei W-Urlaubstypen. Der S-Typ steht dabei für „Sonne-, Sand- und Seeorientierter Erholungsurlauber“ und verfolgt dabei die folgenden Urlaubsmotiven: „Will dem Alltags-Stress entfliehen, sucht Tapetenwechsel, Ruhe und Geborgenheit unterm Sonnenschirm, (etwas) Kontaktinteresse, nicht zu viel Fremdartiges“ (Freyer 2009, S. 91). Die drei „S“ (Sonne, Strand und See) sowie der Wunsch nach Entspannung und Erholung stellen somit das Hauptmotiv der Strandurlauber dar. Die Reiseziele an sich bleiben dabei nach Romy Bittner „eher nebensächlich. Sie werden untereinander austauschbar“ (Bittner 2006, S. 46).

Daher wird der Begriff „Strandtourismus“ vom Verfasser folgendermaßen definiert:

„Der Strandtourismus ist die beliebteste Form des Tourismus mit dem größten Marktanteil, der sich durch die naturräumlichen Voraussetzungen wie Wärme, angenehme Wassertemperaturen, lange Strände usw. auszeichnet. Das Haupturlaubsmotiv der Strandurlauber ist der Wunsch nach Sonne, Strand, Meer und Erholung.“

2.2 Historische Entwicklung des Strand- und Massentourismus

Die historischen Wurzeln des modernen Strandtourismus bzw. Massentourismus werden in der Regel auf das 18. Jahrhundert datiert. Erste Badeorte Europas entstanden an der englischen Nordseeküste (1736 Brighton), später auch an der deutschen Ostsee- (1793 Heiligendamm) und Nordseeküste (1797 Norderney) (vgl. Mose/ Jacobs 2004, S. 10). Diese mehrwöchigen Kuraufenthalte an der See waren lange Zeit ein Privileg des Adels (vgl. Hachtmann 2013).

Nach der Eisenbahnanbindung mehrerer Küstenorte Mitte des 19. Jahrhunderts in England strömte auch das einfache Volk an die Strände. So entstand der englische Seebädertourismus, der wenig später das Reiseinteresse der deutschen Urlauber beeinflusste (vgl. Luft 2010, S. 63). Im Jahr 1841 wurde die erste Pauschalreise vom Engländer Thomas Cook veranstaltet. Die Bahnreise für eine Gruppe von 570 Personen führte von Leicester ins zehn Meilen entfernte Loughborough. Nach dem großen Erfolg seiner organisierten Reise gründete Cook 1845 das erste Reisebüro (vgl. Müller 1996, S. 23).

Parallel zu der Ausbreitung der Badeorte von der englischen Südküste wurden in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts weitere Ziele erschlossen, die man mit der Eisenbahn erreichen konnte. Hierzu gehören insbesondere die französische und italienische Riviera (Cannes, Nizza, Monte Carlo, San Remo), die als kulturelle Treffpunkte des europäischen Adels galten. Dabei hatte das Baden im Meer nur geringe Bedeutung. Im Vordergrund standen eher Promenaden, Parkanlagen, Spielcasinos und andere Vergnügungsinteressen (vgl. Mose/ Jacobs 2004, S. 11).

Ende des 19. Jahrhunderts entstand ein weiteres Phänomen in Deutschland – die „Sommerfrische“ – eine Urlaubsform der Kleinbürger. Dabei handelte es sich um einen Erholungsaufenthalt zur Sommerzeit in einem ländlichen Umfeld, bzw. an der See oder im Gebirge, nicht weit von der Stadtwohnung entfernt. Die Familien fuhren stets in den gleichen Ort und in die gleiche Unterkunft (vgl. Luft 2010, S. 64).

Wichtige Veränderungen in der touristischen Infrastruktur kamen nach dem Ersten Weltkrieg. Immer mehr Orte wurden an das Eisenbahnnetz angeschlossen. Hinzu kam der Wirtschaftsaufschwung mit der wachsenden Kaufkraft der Mittelschicht, was einen umfassenden Inlandsreiseverkehr auslöste (vgl. ebd., S. 64). Diese Ereignisse bedeuteten vor allem einen

Übergang zum massenhaften Tourismus. „Vormals Mittel zur Befriedigung eines »Luxusbedürfnisses«, wurde das Reisen nun als Bedürfnis aller betrachtet und der Fremdenverkehr zugleich als »volkswirtschaftliche Notwendigkeit« eingestuft“ (Keitz 1997, S. 302).

In der NS-Zeit ab 1933 bis zum Zweiten Weltkrieg wurde Massentourismus weiter unterstützt. Die Urlaubs- und Freizeitgestaltung der Bürger übernahm die NS-Organisation „Kraft durch Freude“, die Massenurlaub als Standardware verkaufte. Die Arbeiter sollten eine Möglichkeit haben am Tourismus teilzunehmen, daher wurden kollektiv organisierte Pauschalreisen in großen Mengen zu sehr niedrigen Preisen angeboten. Hauptverkehrsmittel in der Tourismusindustrie waren zu dem Zeitpunkt Eisenbahn und Omnibus (vgl. Müller 1996, S. 24).

Wesentlichen Einfluss auf die weitere massentouristische Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg hatten der hohe Einkommenszuwachs, der wachsende Wohlstand, die Zunahme der Mobilität, geregelte Urlaubszeiten und die wachsende Freizeit. Die Expansion der Reiseveranstalterindustrie führte zur Demokratisierung und Verbilligung des Tourismus. Darüber hinaus begann in den sechziger Jahren der Aufstieg der Flugreisen, wodurch die weiteren ausländischen Reiseziele erschlossen wurden (vgl. Mose/ Jacobs 2004, S. 12/ Luft 2010, S. 65).

Ab den 1950er Jahren entwickelte sich die massenhafte Erschließung des Badetourismus am Mittelmeer. Eines der ersten Reiseziele war das gut mit dem Pkw erreichbare nördliche Italien (Adria, Ligurien). Anschließend wurden die spanischen Küsten (Costa Brava) und Balearen, sowie Südfrankreich, Griechenland, damaliges Jugoslawien, Ägypten, Tunesien und Marokko erreicht. In den 1980er kamen die touristischen Ströme nach Portugal und in die Türkei. Seit Ende der 1960er Jahre liegen dank dem Ausbau der touristischen Infrastruktur und der Einführung von Großraumflugzeugen die Fernreisen in tropische Entwicklungsländer (Thailand, Sri Lanka, die Dominikanische Republik usw.) groß im Trend (vgl. Steinecke 2014, S. 118ff.).

2.3 Aktuelle Rolle des Strandtourismus

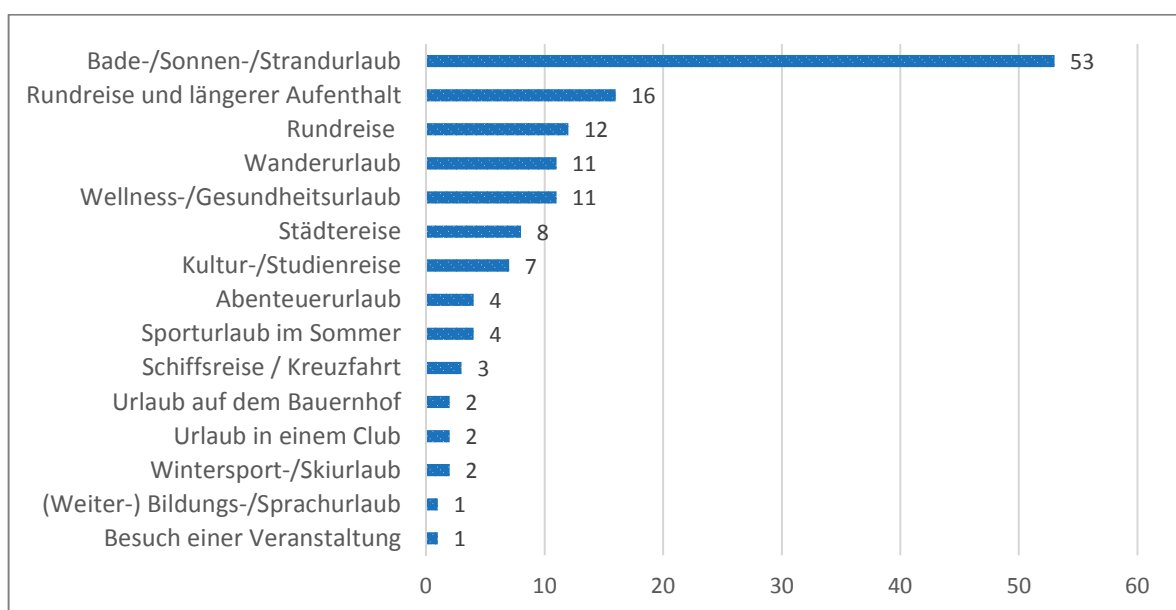
Seit den letzten sechs Jahrzehnten konnte die Welttourismusbranche ein kontinuierliches Wachstum aufweisen und damit zählt heutzutage Tourismus zu einem der größten und am schnellsten wachsenden Wirtschaftssektoren in der Welt. Die internationalen Touristenankünfte stiegen von 25 Millionen 1950 auf 258 Millionen 1980. Im Jahr 2014 betrug die Anzahl der Touristenankünfte weltweit 1133 Millionen. Nach Angaben der UNWTO erzielte Tourismus einen Gesamtumsatz von etwa 1245 Milliarden US-Dollar und schafft direkt und indirekt ca. 9% der weltweiten Arbeitsplätze (vgl. UNWTO 2015).

Die weltweit häufigste Urlaubsart mit einem Anteil von 29% aller Reisen ist der Strandtourismus. In den letzten fünf Jahren stieg dieser Urlaubsart um +31% (vgl. IPK World Travel Monitor 2015). Dabei gehören die Länder des Mittelmeerraums Frankreich, Spanien und Italien zu den fünf beliebtesten Reisezielen weltweit, die Türkei befindet sich auf dem Platz 6 in der Top-Ten Liste der meistbereisten Länder. Die obengenannten Länder verzeichnen seit den letzten Jahren Wachstumszahlen: Der Zuwachs an den touristischen Ankünften betrug von dem Jahr 2014 auf 2013 7,1% in Spanien, 5,3% in der Türkei, 1,8% in Italien und 0,1% in Frankreich (vgl. UNWTO 2015).

Bemerkenswert ist, dass sich vor allem die Europäer als typische Strandurlauber erweisen: 62% aller europäischen Touristen bevorzugen Sommeraufenthalte am Meer. Dagegen nur 4% der chinesischen Urlauber interessieren sich für einen Strandtourismus. Jeder vierte von zehn Touristen aus China fährt in die Rundreise um Städte zu besichtigen, neue kulturelle Eindrücke zu sammeln und um mehr über das Land zu erfahren. Diese Ergebnisse zeigen, dass bei der Reiseziel- bzw. Urlaubsformauswahl kulturelle und nationale Unterschiede eine wesentliche Rolle spielen (vgl. Steinecke 2014, S. 57).

Die deutschen Touristen, die als Reise-Weltmeister gelten, bevorzugen bei der Reiseartenauswahl auch den Strand- und Badeurlaub. Der Trend der letzten zehn Jahre weist klare Nachfragesteigerungen beim Strandtourismus auf.

Abb. 1: Verteilung der Urlaubsformen der deutschen Bevölkerung im Jahr 2015 (Angaben in %, Mehrfachnennungen)



Quelle: eigene Darstellung nach Angaben in ADAC Reise-Monitor 2015

Mehrere Studien und Statistikquellen berichten über die Zahlen der Strandurlauber in Deutschland. Die Ergebnisse der Reiseanalyse 2015 stellten fest, dass 62% aller Menschen in Deutschland im Urlaub gerne im Meer baden (vgl. F.U.R. 2015). Die INVENT-Studie teilte mit, dass 55,1% aller Befragten die Kategorie „Badeurlaub/ Urlaub am Meer/ an einem See“ bevorzugten (vgl. Schmied et al. 2009, S. 80). Die gleichen Ergebnisse legt der ADAC Reise-Monitor 2015 dar, der zeigte, dass Bade- und Strandurlaub bei den geplanten Reisen im Jahr 2015 weiterhin die beliebteste Urlaubsform ist (53%) (siehe Abb. 1). Hoch im Kurs stehen auch Rundreisen (16% und 12%) und Wanderurlaube gleichauf mit Wellness-/ Gesundheitsurlaube (11%) (vgl. ADAC Reise-Monitor 2015).

Die INVENT-Studie gibt zu den Lieblingszielen der Deutschen für einen Bade- und Strandurlaub folgende Einblicke: „Nahezu die Hälfte der Sonne-, Strand-, Pauschal-Urlauber verbringt die Ferien im Mittelmeerraum. Diese Region bietet Sonnengarantie und die Reisen sind in der Regel günstiger als exotische Ziele. Deutschland und das angrenzende Ausland sind weniger geschätzte Urlaubsziele, abschreckend wirken hier ein – zumindest vermutetes – schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis und das unstete Wetter“ (INVENT Tourismus 2005).

2.4 Auswirkungen des Massentourismus auf die Strandreiseziele

Tourismus, ein Phänomen von weltweit erheblichen Ausmaßen, hat mit der Steigerung der Übernachtungszahlen und Reiseeinnahmen viele negative Konsequenzen. Mit den immer weiter wachsenden massenhaften Touristenströmen werden die ökologischen und sozialen Folgen des Reisens deutlicher. Besonders spürbar sind diese Auswirkungen da, wo der Tourismus boomt – auf den beliebtesten Küstendestinationen in und außer Europa. Unbestritten ist der Fakt, dass der Strandtourismus zu den steigenden Umwelt- und Sozialbelastungen einen erheblichen Beitrag leistet. Dieses Kapitel setzt sich vor allem mit den durch den Massentourismus hervorgerufenen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen im Strandtourismus.

2.4.1 Ökologische Auswirkungen

Tourismus und Klimawandel sind auf vielseitige Weise miteinander verknüpft. Die Tourismusbranche wird vor allem für die schädlichen Beiträge zur Umwelt durch den Flugverkehr, Unterbringungsformen und Aktivitäten vor Ort als „Täter“ des Klimawandels betrachtet. Zugleich muss aber Tourismus die Rolle des „Opfers“ übernehmen und mit den Folgen des Klimawandels umgehen.

Strandtourismus als „Opfer“ des Klimawandels

Noch nie waren die Folgen des Klimawandels so bedrohlich wie heute. In den Medien findet man zahlreiche Artikel zu den Themen globale Erwärmung, Anstieg des Meeresspiegels, Verlust an Biodiversität, natürliche Katastrophen usw., die unsere Aufmerksamkeit erregen: „Vielleicht brennt die Erde schon im Jahr 2090“ (Welt 2015), „Steigender Meeresspiegel gefährdet 500 Millionen Menschen“ (Süddeutsche Zeitung 2015), „Klimawandel und Umweltzerstörung: Die Wüsten werden wachsen, die Menschen fliehen“ (Spiegel 2015a), „Naturschützer warnen: Klimawandel bedroht Überleben der Eisbären“ (Focus 2015)...

Das Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) sagt in seinem letzten Bericht einen Anstieg der Oberflächentemperatur der Erde in dem schlimmsten Szenario bis zu 4,8°C und einen Meeresspiegelanstieg bis zu 0,82 m zum Jahr 2100 voraus (vgl. IPCC 2015). Die Tourismusbranche – einschließlich der beliebte Strandtourismus – ist davon schon heute stark betroffen, und die Folgen des Klimawandels stellen immer größere Herausforderungen für den Tourismus dar.

Europa muss in der Zukunft mit einem erhöhten Risiko für Hitzewellen rechnen. Die britischen Wissenschaftler im Fachblatt Nature Climate Change berichten, dass die extremen Hitzewellen wie im Sommer 2003, die zu mehreren zehntausend Toten vor allem in Deutschland, Frankreich und Italien führten, häufiger auftreten werden (vgl. Süddeutsche Zeitung 2014). In der Türkei, Italien, Portugal und Spanien steigen die Temperaturen im Sommer bis zu 45°C, was den Urlaub für viele Touristen unerträglich macht. Dazu kommen die andauernde Trockenheit, großen Dürren und reduzierte Sommerniederschläge, die nicht nur die schweren Ernteverluste auslösen, sondern auch die Touristenströme beeinflussen. Besonders anfällig sind dabei die Regionen im Südeuropa: Desertifikation, Erosion, die Versalzung, Überschwemmungen, Waldbrände und generell höheres Gesundheitsrisiko werden daraus projiziert (vgl. Hahn 2009).

Die Zerstörung mehrerer Ökosysteme durch die erhöhten Lufttemperaturen und die Ozeanerwärmung führen zur Verlust der Artenvielfalt. Zum Beispiel wandern die Meerestiere in Europa nach Norden. Die Korallen, Muscheln, Austern und anderen Meeresorganismen sind durch die Versauerung der Ozeane stark bedroht. Die wärmeren Wassertemperaturen führen zur Bildung von Algenblüten, die die Küstenumgebung verunstalten. Die Attraktivität des Strandtourismus bzw. des Tauchtourismus wird dadurch vermindert (vgl. EUA 2015/ Hahn 2009).

Eine Tendenz zur Reduktion der Niederschläge im Mittelmeerraum wird zur Wasserknappheit führen. „Gerade in den Sommermonaten ist die Nachfrage nach Wasser für die Landwirtschaft,

die Bevölkerung und für den Tourismus am höchsten. Das Risiko der Wasserknappheit lässt sich kaum vermeiden, wenn der Trend der steigenden Wassernachfrage durch die wachsende Bevölkerung sowie zusätzlich durch das steigende Tourismusaufkommen von weiterhin sinkenden Niederschlägen in der Zukunft begleitet wird“ (Hahn 2009).

Die nächste Bedrohung für den Tourismus stellt der globale Meeresspiegelanstieg dar, welcher durch das Abschmelzen der Gletscher und Eisschilde sowie durch die Aufheizung der Ozeane, wobei es zur thermischen Expansion des Wassers kommt, ausgelöst wird. Die Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation (CSIRO) berichtet, dass die Ergebnisse der Höhenmessung durch Satelliten seit dem Jahr 1992 einen Meeresspiegelanstieg durchschnittlich um 3,2 Millimeter pro Jahr registrieren. Darüber hinaus belegen die Langzeitmessungen seit Anfang des 20. Jahrhunderts eine deutliche Beschleunigung des Anstiegs (vgl. CSIRO Marine and Atmospheric Research o.J.).

Der Anstieg erfolgt nicht gleichmäßig, einige Regionen werden stärker als andere davon betroffen sein. Vor allem sind die flachen Küstengebiete von dem steigenden Meeresspiegel und von Überflutungen bedroht. Tourismus an der Nordseeküste Deutschlands, Belgiens, der Niederlande und Dänemarks sowie die Ostküste Englands werden vor großen Herausforderungen stehen.

Ein anderes Beispiel ist die Karibik, die für ihre berühmte Strände, perfektes Wetter und Tauchgebiete mit den Korallenriffen unter den Strandurlauber besonders beliebt ist. Wegen dem Meeresspiegelanstieg kann es in vielen Gebieten zur Küstenerosion führen, viele Strände werden verschwinden. Hotels mit der touristischen Infrastruktur (Restaurants, Flughäfen, Häfen usw.) können dadurch zerstört werden. Die flache Inselgruppe der Bahamas ist davon am stärksten betroffen. Die Non-Profit-Organisation CaribSave berichtet: „With 80 percent of the land lying less than one meter above sea level, all sectors in the Bahamas are highly vulnerable“ (GAIN Report 2015). Auch die Existenz der anderen kleinen tropischen Inselstaaten in Pazifischen, Atlantischen und Indischen Ozeanen, wie zum Beispiel des Strandparadieses Malediven, ist selbst bei einem nur geringen Anstieg des Meeresspiegels gefährdet (vgl. Die Bundesregierung 2015).

Als Folge dieser Auswirkungen werden voraussichtlich die Touristenströme ihre Richtung wechseln: von südeuropäischen Ländern (Spanien, Italien, Portugal, Griechenland, Türkei und Südfrankreich), wo der Sommertourismus negativ betroffen wird, nach Nordeuropa. Die skandinavischen und baltischen Länder werden einen hohen Temperaturanstieg beobachten und dadurch mehr Strandtourismus anbieten können (vgl. EUA 2015). Außerdem kann der Strandtourismus seine Saisonalität ändern. Die touristische Nachfrage in Südeuropa im Frühling

und im Herbst wird steigen, da die Temperaturen in diesen Jahreszeiten angenehmer werden als im Sommer.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die meisten Strandreiseziele stark vom Klimawandel beeinflusst sind. Obwohl der Strandtourismus mancher Regionen von den erhöhten Temperaturen in der Zukunft profitieren könnte (zugleich werden diese Regionen vor anderen Herausforderungen stehen), sind die Folgen des Klimawandels dramatisch: Attraktivität des Tourismus in vielen Ländern wird deutlich abnehmen, Urlaub an manchen Regionen wird gefährlicher, an den anderen – überhaupt nicht mehr möglich.

Strandtourismus als „Täter“ des Klimawandels

Zur gleichen Zeit gehört Tourismus zu den Faktoren, die stark zur Belastung und Zerstörung der Umwelt beitragen. Die Auswirkungen des Massentourismus sind nicht zu verhindern. Die gestiegene touristische Mobilität und das erhöhte Verkehrsaufkommen führen zu vielfältigen Umweltschäden. Eine entscheidende Rolle spielt dabei die Wahl des Verkehrsmittels bei der An- und Abreise sowie die Entfernung zum Urlaubsort.

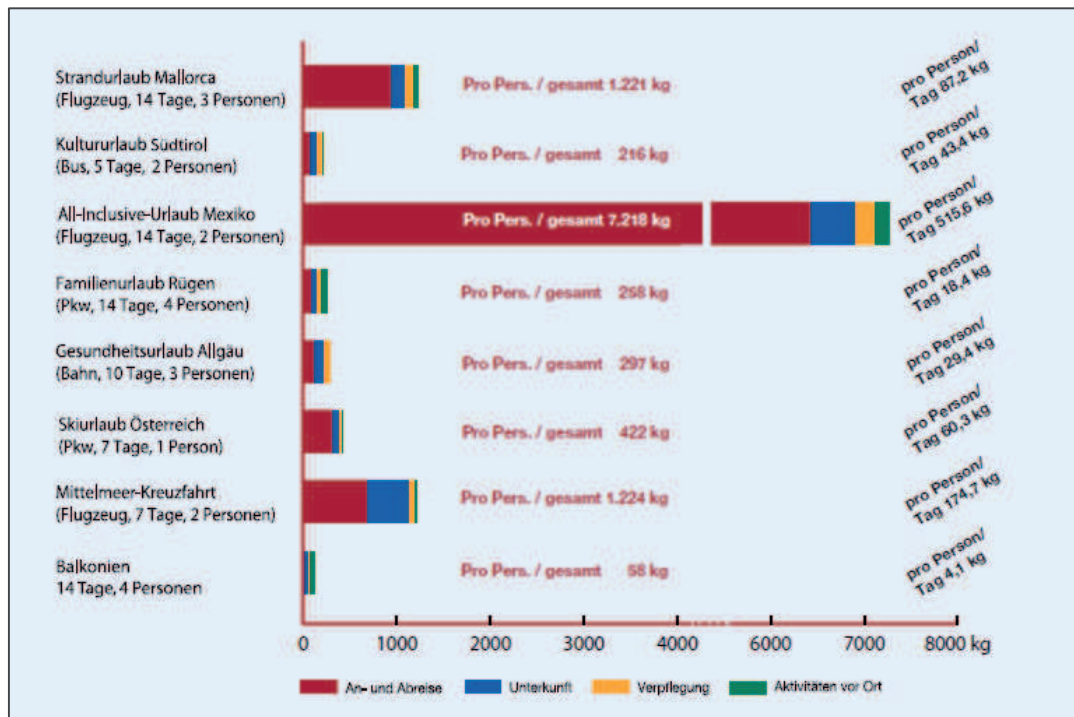
Nach Angaben einer Studie der UNWTO/ UNEP trägt der Tourismus mit 5% zu den weltweiten CO₂-Emissionen bei. Die meisten Emissionen (75%) werden dabei durch den Verkehr produziert, davon 40% durch den Flugverkehr und 32% durch Automobile (vgl. UNWTO/ UNEP 2008).

Unbestritten ist der Strandtourismus in seinen Ausmaßen für den Klimawandel mitverantwortlich. Der WWF stellte in seinem Bericht die beliebtesten Reisen der Deutschen dar und berechnete ihre touristischen Klima-Fußabdrücke (CO₂-Äquivalente) (siehe Abb. 2).

Der für viele deutsche Reisende typische All-Inclusive-Urlaub in die Karibik (Mexiko) für zwei Wochen weist die höchsten Treibhausgasemissionen auf (rund 7,2 Tonnen pro Person). Da die meisten Touristen bei so einer Reise das Motiv „Sonne, Wärme, Strand“ haben, kann diese Urlaubsform auch als Strandurlaub definiert werden. Neben der Mittelmeer-Kreuzfahrt zählt der typische Strandurlaub auf Mallorca mit produzierten 1,2 Tonnen CO₂-Äquivalenten pro Person zu den wichtigsten Verursachern der Treibhausgasemissionen im Tourismus. Anzumerken ist, dass 75-90% dieser Emissionen bei der An- und Abreise emittiert wurden, wobei das Flugzeug das Hauptverkehrsmittel war. Ein Familienurlaub an der Ostsee (Rügen) kann dagegen viel umweltfreundlicher gestaltet werden. Die Emissionen dieser Inlandsreise mit dem Pkw sind 28 mal niedriger als von dem All-Inclusive-Urlaub in der Karibik. Das bedeutet, dass die Urlauber

statt einmal in der Karibik 28 Mal in Deutschland Urlaub machen könnten. Die Emissionsbilanz wäre dabei etwa gleich (vgl. WWF 2009a).

Abb. 2: Treibhausgas-Emissionen pro Person und Reise



Quelle: WWF, Der touristischer Klima-Fußabdruck, 2009

Die INVENT-Studie stellte fest, dass das Flugzeug der Hauptverkehrsmittel zur Anreise der Strandurlauber ist. Knapp 60% der Sonne- und Badeurlauber erreichen das Reiseziel mithilfe des Flugverkehrs. Diese Zielgruppe nutzt häufiger als sonst Reisebus als Verkehrsmittel und eher selten das eigene Auto (vgl. INVENT Tourismus 2004).

Nach Angaben der Reiseanalyse 2015 gewinnen die Flugreisen ständig Marktanteile: Innerhalb der letzten 14 Jahre erhöhte sich deren Anzahl von 37% auf 39% (vgl. F.U.R. 2015). In diesem Zusammenhang lässt sich feststellen, dass die Strandurlauber immer öfter den Flugverkehr benutzen.

Alle Urlaubsreisen der Deutschen führten im Jahr 2014 zu Treibhausgasemissionen in Höhe von 66 Mio. t. (siehe Tab. 1). Fernreisen, deren Anteil an allen Reisen mit rund 8% vergleichsweise gering war, verursachten über die Hälfte aller CO₂-Emissionen vom Tourismus (53%). Den zweitgrößten Anteil am CO₂-Austoß hatten Mittelmeerreisen (rund 41%), deren Anteil mit 36% an den Gesamtreisen allerdings ziemlich hoch war. Obwohl fast jeder Dritte Deutsche seinen Urlaub zuhause verbringt, tragen diese Reisen nur mit 4,9% zu den Treibhausgasemissionen bei (vgl. Schmied et al. 2009, S. 17).

Tab. 1: Klimagasemissionen ausgewählter Urlaubsreisen der Deutschen im Jahr 2014

Reiseregion	Anzahl der Urlaubsreisen (mind. 5 Tage)		CO ₂ -Äquivalent- Emissionen pro Reise t/Person u. Reise	CO ₂ -Äquivalent-Emissionen insgesamt	
	Mio.	%		Mio. t	%
Deutschland	21,8	31	0,15	3,3	4,9
Mittelmeer	25,3	36	1,08	27,3	41,3
Fernreise	5,6	8	6,27	35,3	53,4
Insgesamt	70,3	100	0,94	66,1	100

Quelle: F.U.R. 2015/ Schmied et al. 2009, S. 17; eigene Berechnung

Da die Anteile an den Mittelmeer- und Fernreisen der Strandurlauber nach Angaben der INVENT-Studie merklich höher sind (ca. 48% und 9% dementsprechend) (vgl. INVENT Tourismus 2004), macht der Strandtourismus einen überdurchschnittlich hohen Anteil der tourismusbedingten Treibhausgasemissionen aus und leistet damit seinen Beitrag zum globalen Klimawandel.

Lokale ökologische Auswirkungen des Strandtourismus

Andere Umweltauswirkungen des Tourismus bzw. Strandtourismus sind meist lokale und regionale Probleme. Massentourismus an den Küstendestinationen richtet erheblichen Umweltschäden und führt zu den gravierenden Konsequenzen vor Ort.

Ein großes Problem des Massentourismus ist **Flächenverbrauch und Landschaftszersiedelung**, wobei die natürlichen Landschaften mit Hotels, Ferienappartements und anderen Freizeitanlagen zubetoniert werden. Die Folgen des übermäßigen Bodenverbrauchs sind die Verarmung der Landschaft, Zunahme an Abgasen und Lärm, Verlust der Lebensräume, Beeinträchtigung des Wasserhaushaltes und des Lokalklimas. Dieses Problemfeld hat eine besondere Bedeutung im Strandtourismus, da sich die Urlaubsgebiete meist im Bereich besonders schützenswerter Ökosysteme, wie Wattenmeer, und anderer Küsten konzentrieren (vgl. Schmied et al. 2001). So ist eine der dramatischen Folgen touristischer Siedlungsentwicklung an den Küsten der Verlust von Sanddünen. Gemäß Opaschowski sind etwa 40% der ursprünglich vorhandenen Dünen an der Atlantikküste zerstört. Der Rückgang der Sanddünen in Deutschland betrug 15-20%, in Spanien 30% und in Italien 80% (vgl. Opaschowski 2001, S. 60). Eine andere Studie beziffert den Anteil der Sanddünenverlust zwischen Spanien und Sizilien infolge der Tourismusentwicklung auf ca. 75% (vgl. ARLEM 2013). Der Bau der touristischen Infrastruktur auf den Küstengebieten beschleunigt den Prozess der Stranderosion und gefährdet die marinen Ökosysteme und Küstengebiete.

Ein weiteres Umweltproblem hängt mit dem touristisch bedingten **Wasserverbrauch bzw. Wasserknappheit** zusammen. Da die meisten beliebten Strandreiseziele sich in südlichen Ländern befinden, verfügen sie eher über knappe Wasserressourcen. Die touristische Infrastruktur (Golfanlagen, Swimming Pools, Bäder, Gartenanlagen usw.) ist auf die Wasserverfügbarkeit angewiesen, von daher kommt es in den Regionen wie Mittelmeer besonders in der Sommersaison zu Wasserproblemen. Im Durchschnitt verbraucht ein Tourist drei bis vier Mal mehr Wasser als ein Einheimischer. In Alanya (Türkei) beispielsweise waren 2009 52% des Gesamtwasserverbrauchs auf den Fremdenverkehr zurückzuführen (vgl. ebd.). Tourismus in Griechenland verursacht im Sommer extrem gestiegene Wassernachfrage, die etwa dreißig Mal höher ist als der durchschnittliche Wasserverbrauch. Vor allem die Inseln sind von der Wasserverfügbarkeit abhängig. So benötigen die Touristen auf den Kanaren und Balearn 30% und 40% des gesamten Wasserverbrauchs (vgl. WWF 2008). Das Problem der Wasserknappheit wird noch dadurch verschärft, dass die Touristen im Urlaub vor allem in Hotels viel mehr Wasser benötigen als zuhause. Meistens muss das Trinkwasser aufwändig – beispielsweise durch Tankschiffe, Zisternenwagen, Pipelines usw. – herangeschafft werden. Im schlimmsten Fall werden die Grundwasservorräte angezapft (vgl. Müller 2003, S. 146f.).

Hinzu kommt ein weiteres Produkt des Massentourismus – **Wasserverschmutzung**, die die Wasserqualität beeinträchtigt. Millionen Badetouristen erhöhen den Müllanteil im Meer, dadurch dass der von ihnen hinterlassene Müll am Strand ins Wasser gespült wird. Öl und Schadstoffe aus den Motoren der Sportboote führen zur Wasserverunreinigung. Selbst die Sonnencreme der Badegäste schädigt die Gewässer (vgl. Hennig 1997, S. 113). Das Abwasser in vielen Küstenregionen wird oft ins Meer oder in angrenzende Gewässer geleitet (vgl. Hahn 2009). Die größten Probleme damit haben die Länder der Dritten Welt (z.B. Malediven und Seychellen), wo die meisten touristischen Anlagen über ungenügende oder keine Abwasserreinigungsanlagen verfügen (vgl. Müller 2003, S. 146/ Welt 2014). Im Gegensatz dazu machte Europa in den letzten Jahren Fortschritte in der Verbesserung der Wasserqualität, die meisten Ferienorte sind heute an Kläranlagen angeschlossen. Die Ergebnisse eines Berichtes der Europäischen Umweltagentur zeigen, dass 2014 96,8% aller Küstenbadegewässer in der EU den minimalen Wasserqualitätsstandards entsprachen und damit eine hohe Qualität aufwiesen. In Zypern und Malta erreichten die Badegewässer den besten Status. Bemerkenswert ist, dass die höchste Anzahl mangelhafter Badegewässer in Italien (107 Badegewässer, 1,9%), Frankreich (105 Badegewässer, 3,1%) und Spanien (67 Badegewässer, 3,1%) festgestellt wurde (vgl. EUA 2014). Deutlich wird

in diesem Fall, dass Tourismus nicht nur zur Wasserverschmutzung führt, sondern auch zu dem Ausbau der Kläranlagen verhelfen kann und somit zur Wasserqualitätsverbesserung beiträgt.

Ein zunehmendes Problem stellt der von Touristen zurückgelassene **Müll** dar. Zu beachten ist, dass die Touristen deutlich mehr Festabfall produzieren als Einheimische. Für die massentouristischen Destinationen ist eine organisierte Abfallentsorgung von großer Bedeutung. Die Regionen, die keine Maßnahmen zur Abfallbehandlung ergreifen bzw. ergreifen können, tragen damit zu fatalen Umweltauswirkungen bei. Erschreckend ist die Situation mit der Müllentsorgung auf dem Strandparadies Malediven. Die künstliche Insel Thilafushi, „die toxische Bombe im Indischen Ozean“, nimmt täglich ungefähr 330 Tonnen Müll hauptsächlich der Hauptstadt Malé, die im Großteil verbrannt oder ins Meer geschwemmt werden, auf (vgl. GlobalVoices 2014). Über eine Million Touristen, die jährlich auf die Malediven kommen, verschärfen die Abfallprobleme des Inselstaates. Nach offiziellen Angaben verursacht jeder Besucher täglich 3,5 Kilogramm Müll, ein durchschnittlicher Einwohner hinterlässt nur ein Drittel davon (vgl. Welt 2014).

Durch den Ausbau der touristischen Infrastruktur an den Küsten von Meeren werden die wertvollen und artenreichen Lebensräume zerstört und damit große **Schäden an Flora und Fauna** bewirkt. Um offene Strände zu schaffen werden die Mangrovenwälder und Seegraswiesen zerstört. Entlang der Nordwestküste des Mittelmeers sind sie nahezu verschwunden. Durch das rücksichtslose Verhalten von Gastronomen und Touristen auf der griechischen Insel Zakynthos sind die Niststrände der vom Aussterben gefährdeten Unechten Karettschildkröten bedroht. Der Betrieb von Sportbooten und andere Wasserfreizeitaktivitäten stellen eine Bedrohung für die Korallenriffe dar und tragen insbesondere in Alanya (Türkei) zum Rückgang der Mönchrobbenpopulation bei. Die beliebten Whale-Watching-Touren können, wenn sie nicht mit dem nötigen Respekt durchgeführt werden, empfindliche Tiere stören (vgl. WWF 2009b). Nach Angaben der EUA sind lediglich 10% der europäischen Meeresökosysteme angemessen geschützt, 50% sind bedroht oder in einem sehr schlechten Zustand und 70% der Meereshabitate in Küstenregionen sind entweder zerstört oder teilweise zerstört (vgl. ARLEM 2013).

Weitere Probleme des Massentourismus sind der Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und der damit verursachte Lärm, der Energieverbrauch für Unterkunft und Unterhaltung, die Verminderung der Landschaftsästhetik usw. Was die Tourismusbranche von den anderen Wirtschaftssektoren unterscheidet ist, dass sich die Umweltverschmutzung, die der Tourismus auslöst, auf die Industrie selbst negativ auswirkt. Die Konsequenzen sind offensichtlich: Die touristische Attraktivität der

Region nimmt dabei stark ab, so dass die betreffende Destination wirtschaftliche Problemen zu verkraften hat.

Obwohl durch Massentourismus wachsende Umweltbelastungen verursacht werden und negative Effekte im Vordergrund der Betrachtung stehen, gibt es eine Reihe von positiven Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt. Tourismus kann auch „Motor wachsenden Umweltbewusstseins und -schutzes sein“ (Vorlaufer 2003). So werden zum Beispiel Natur und Kulturlandschaften (Küstengebiete, National- und Naturparks) sowie gefährdete Ökosysteme durch die Einnahmen von Tourismus geschützt und gepflegt, Einkommen und Umsätze im Umweltbereich werden geschaffen, ein Beitrag zur Umweltbildung der Touristen wird geleistet (vgl. Freyer 2009, S. 505f.).

2.4.2 Soziokulturelle Auswirkungen

Die soziokulturellen Folgen können sehr vielseitig sein: Die Begegnungen verschiedener Kulturen und Lebensstile können positive sowie negative Auswirkungen haben. Die möglichen Problemfelder im soziokulturellen Bereich sind die Auswirkungen auf Kultur, Tradition, Kunst, Moral, Werte und Sozialkultur.

Durch die räumliche Isolation der Urlauber in Ferienanlagen wie zum Beispiel beim All-Inclusive-Urlaub sind die Kontakte der Touristen zu Land und Einheimischen meist oberflächlich (vgl. Schmied et al. 2009, S. 21). Direkt in Kontakt mit den Touristen stehen normalerweise die Einheimischen, die in der touristischen Industrie beschäftigt sind. In der Regel stehen sie (sowie die Eigentümer der touristischen Unternehmen) dem Tourismus positiv gegenüber, weil er ihnen die wirtschaftliche Existenz sichert. Die Haltung in Bezug auf den Tourismus der Einheimischen, die nie oder selten Kontakte zu den Touristen haben, kann sehr unterschiedlich sein (vgl. Eisenstein 2014, S. 43). Vor allem die Einwohner der massentouristischen Destinationen, die wegen des schönen Wetters über eine ganze Saison bzw. das ganze Jahr überfüllt sind, können die Touristen als Problem empfinden.

Nach Doxey¹ können mehrere Phasen zur Dynamik des Verhältnisses der Einheimischen zu den Touristen im Zusammenhang mit dem Touristentyp, der Anzahl der Touristen und der Anpassungsbereitschaft an die bestehenden Normen unterschieden werden. Mit den wachsenden Touristenströmen wird ein Tourist zu einem Massen- oder Chartersourist, der nur noch westliche Annehmlichkeiten im Ort erwartet bzw. verlangt. Die Touristen werden dann als Belästigung

¹ Mit Bezug auf Smith (1989), S. 12, Doxey (1975) zit. n. Ryan (1991), S. 137 und Sharpley (1994), S.178 ff.

empfunden, wenn die Lebensqualität der Einwohner verringert wird und die Infrastruktur zur Überlastung kommt (vgl. Mundt 2006, S. 240f.).

Da es bei den meisten Badetouristen um Reisemotiv „Sonne, Meer, Strand“ geht und das Zielgebiet nicht im Vordergrund steht, beschäftigen sich nur wenige Urlauber mit dem Reiseland, der Kultur, den Sitten und Gebräuchen (vgl. Beyer 2015, S. 206). Die Touristen aus westlichen Gesellschaften mit liberalen Lebensarten demonstrieren ein oberflächliches Konsumverhalten, wodurch ein unsympathisches Bild des Touristen entsteht. Von der Seite der Bewohner entstehen viele Vorurteile gegenüber den Urlaubern. Die einheimische Kultur und deren Traditionen werden kommerzialisiert. Wenn die Urlauber wenig Interesse am traditionellen Leben vor Ort aufweisen, passen sich die Destinationen an die Wünsche und Vorstellungen der Gäste an. So hat sich Mallorca komplett auf ein deutsches Massenpublikum eingestellt: Die deutschen Restaurants, Lokale, Einkaufszentren und deutschsprachige Ärzte machen den Urlaub der Deutschen simpel und unbeschwert.

Ein Pauschaltourist hat selten mehr Kontakte zu den Einheimischen als zu den Hotelangestellten und muss sich nicht an die Gegebenheiten des Landes anpassen. Das All-Inclusive-Paket sorgt dafür, dass die Touristen ihre Zeit im Hotel verbringen und keine Kontaktmöglichkeiten zu den Bewohnern des Landes suchen müssen (vgl. Freyer 2009, S. 497).

Die lokale Bevölkerung der massentouristischen Küstendestinationen muss häufig die unterbezahlten Hilfsjobs (Kellner, Zimmermädchen) annehmen, die ihnen das Gefühl der Unterlegenheit gibt. Für die qualifizierten Stellen werden oft Arbeitskräfte aus anderen Regionen des Landes oder aus anderen Ländern angeworben, die zum Beispiel bessere Fach- und Fremdsprachenkenntnisse aufweisen.

Am deutlichsten treten die soziokulturellen Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern auf. Der Sinngehalt der traditionellen Riten und Gebräuche geht verloren, wenn die ursprünglichen Gewohnheiten, Tänze und Musik gegen Geld den ausländischen Touristen vorgeführt werden und dabei als eine Unterhaltung dienen (vgl. ebd., S. 493). Die weiteren negativen Effekte des Tourismus im Zielgebiet und besonders in den Ländern der Dritten Welt sind Verlust der kulturellen Identität, Kommerzialisierung des Kunsthandwerkes, genussorientiertes Verhalten der Touristen als Vorbild, Sozialneid, Veränderung der Familienstruktur und Stellung der Frau, Wandlung von Sitte und Moralvorstellungen, freizügiger Alkohol- und Drogenkonsum, Kriminalität und Prostitution (vgl. Eisenstein 2014, S. 41/ Kirstges 2003, S. 18f.).

Positiv zu vermerken ist, dass die Einheimischen von der Infrastruktur, die für Tourismus geschaffen wurde (ausgebaute Straßen und Autobahnen, Radwegen, Versorgung mit Trinkwasser, Einkaufsmöglichkeiten usw.), profitieren können und dadurch einen erhöhten Lebensstandard haben. Um in dem Tourismusbereich arbeiten zu können, sind die Einheimischen motiviert sich auszubilden und fremde Sprachen zu lernen. Durch Bieten einer beruflichen Perspektive ist die Abwanderung verhindert. Wenn sich die Touristen an den Lebensstil und die Kultur des Landes anpassen, kann es zum interkulturellen Austausch, Abbau von Vorurteilen und Verständnis für andere Kulturen führen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die soziokulturellen Folgen des Tourismus sehr kompliziert und vielseitig sind und obwohl davon viele positive Effekte entstehen können, leistet der typische Massentourismus mit einem All-Inclusive-Paket kaum einen Beitrag zur Völkerverständigung und Erhaltung des kulturellen Erbe.

2.4.3 Ökonomische Auswirkungen

Im Gegensatz zu den ökologischen und sozialen Auswirkungen sind die ökonomischen Effekte des Massentourismus relativ einfach messbar und sind damit Gegenstand zahlreicher Untersuchungen und Publikationen. Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Destination ergibt sich vor allem daraus, dass durch den Aufenthalt der Touristen im Zielgebiet die Nachfrage nach Sachgütern und Dienstleistungen steigt. Aus ökonomischer Sicht stehen die durch den Tourismus ausgelösten Wirkungen auf die Zahlungsbilanz, sowie die entsprechenden Beschäftigungs-, Einkommens-, Wertschöpfungs- und Ausgleichseffekten im Mittelpunkt der Betrachtung (vgl. Eisenstein 2014, S. 25). Eine ausführliche Erläuterung zu den ökonomischen Effekten haben mehrere Autoren gegeben (z.B. Freyer 2009, S. 438ff./ Luft 2010, S. 134ff./ Eisenstein 2014, S. 24ff./ Mundt 2006, S. 417ff.).

Der Tourismussektor erwirtschaftet mit einem Anteil von 9,1% am weltweiten BIP mehr als Bergbau (8,0%) oder die Chemieindustrie (9,0%) (vgl. WTTC 2012). Manche Regionen und Länder (meistens massentouristische Küstendestinationen oder Inseln) leben fast ausschließlich vom Tourismus. Ein eindrucksvolles Beispiel ist die spanische Insel Mallorca, die mit der touristischen Entwicklung innerhalb den letzten 50 Jahre von den ärmsten zu den reichsten Provinzen des Landes geworden ist. Heute trägt Tourismus auf Mallorca zu mehr als 80% zum Pro-Kopf-Einkommen bei. Auch auf den deutschen Nordseeinseln spielt Tourismus eine wichtige Rolle (vgl. Luft 2010, S. 135). Allerdings können hier die wirtschaftlichen Abhängigkeitsverhältnisse vom Tourismus die Folge sein. In den Entwicklungsländern, wo die direkten Effekte des Tourismussektors einen sehr hohen Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt leisten

(2014 in Malediven 41,5%, Seychellen 21,3%, Bahamas 19,4%, Mauritius 11,3%), kommt es zu den gefährlichen touristischen Monostrukturen (vgl. Eisenstein 2014, S. 35/ WTTC 2015a).

Die Tourismusindustrie ist der größte Arbeitgeber in der Welt und bietet Arbeitsplätze für 277 Millionen Menschen². Nach Angaben des World Travel & Tourism Council (WTTC) ist jeder 11. Erwerbstätige weltweit mit dieser Branche verbunden und die Zahl der tourismusorientierten Arbeitsplätze wird weiterhin wachsen (vgl. Luft 2010, S. 134/ WTTC 2015b).

Für die Einheimischen einer Urlaubsdestination bedeutet Tourismus gesicherte direkte sowie indirekte Arbeitsplätze und die Einkommenssteigerung. Andererseits kann es dazu führen, dass die Preissteigerungseffekte in der Destination auftreten und die Grundstücks- und Immobilienpreise in Tourismuszentren steigen (vgl. Schmied et al. 2009, S. 21).

Generell kann gesagt werden, dass die Tourismuswirtschaft weltweit unbestritten ein ökonomischer Faktor von hohem Wert ist. Die wirtschaftlichen Effekte, die der Tourismus in der Destination auslösen kann, werden in der Gesamtheit tendenziell positiv beurteilt. Davon kann nicht nur die Tourismusbranche selbst profitieren, sondern auch die anderen indirekt beteiligten Wirtschaftsbereiche. Somit fördert der Tourismus die gesamte Entwicklung einer Gemeinde/ Region oder eines Landes.

² direkt und indirekt. Direkt schafft die Tourismusindustrie über 105 Millionen Stellen.

3 Nachhaltiger Strandurlaub – eine Alternative

Um die negativen Folgen des Reisens zu reduzieren, muss der Strandtourismus nachhaltiger gestaltet werden. In diesem Kapitel wird verdeutlicht, was man unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ versteht und wie die Strandurlauber umweltfreundlicher und sozialverträglicher verreisen können.

3.1 Begriffsklärung

Der Begriff Nachhaltigkeit stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft, wobei es um eine langfristige Nutzung der Ressourcen handelt: Es darf nur so viel Holz geschlagen werden, wie insgesamt wieder nachwächst. Mittlerweile wurde der Begriff auf andere Wirtschafts- und Lebensbereiche übertragen (vgl. Müller 2003, S. 31/ Eisenstein 2014, S. 58).

Das Leitbild der Nachhaltigkeit berücksichtigt das Interesse zukünftiger Generationen. Dies spiegelt sich in einer Definition des Begriffes der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung wider (1987): „Sustainable development is a process to meet the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs“ (UNWTO/ UNEP 2005). Durch die Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung (UNCED) 1992 in Rio de Janeiro ist der Begriff „nachhaltige Entwicklung“ bzw. „sustainable development“ als Leitbegriff für zukunftsorientierte Strategien weltweit bekannt geworden. So wurde das Schlagwort „Sanfter Tourismus“, das noch im Jahre 1980 von Robert Jungk geprägt wurde, immer häufiger durch den neuen Begriff „Nachhaltiger Tourismus“ ersetzt (vgl. Luft 2010, S. 144f.).

Die Enquete-Kommission formulierte 1994 ein „Drei-Säulen-Modell“ der Nachhaltigkeit, welches auch als „magisches Dreieck“ und „tourismuspolitischer Dreiklang der Nachhaltigkeit“ bezeichnet wird, das die ökologische, soziale und ökonomische Dimension gleichwertig behandelt. Um eine nachhaltige Entwicklung gewährleisten zu können, müssen Umwelt, Soziales und Ökonomie gleichrangig sein und in Wechselwirkungen zueinander stehen (vgl. Deutscher Bundestag 1998/ Schmied et al. 2009, S. 24).

Durch die World Conference on Sustainable Tourism 1995 auf Lanzarote entsteht eine international konsensfähige Definition für nachhaltigen Tourismus. Gemeint ist ein Tourismus, der langfristig ökologisch tragbar, wirtschaftlich machbar sowie ethisch und sozial gerecht für die Einheimischen ist (vgl. Opaschowski 2001, S. 43).

In diesem Zusammenhang ist es wichtig herauszufinden, ob die zwei Begriffe „Nachhaltigkeit“ und „Massentourismus“ vereinbar sind und ob nachhaltiger Massentourismus möglich ist. Derzeit gibt es Ansätze, die Nachhaltigkeit als Entwicklungsrichtung sehen, wobei „ein Kontinuum und fließende Übergänge zwischen den beiden Polen“ festzustellen sind. Obwohl Massentourismus massive negative Folgen hat, bietet er der Vorteil der räumlichen Konzentration, womit die

Umwandlung zur Nachhaltigkeit durch eine große Breitenwirkung erleichtert wird (vgl. Rein/Strasdas 2015, S. 22). Weaver berichtet in seiner Arbeit über die Evolutionsentwicklung zum nachhaltigen Massentourismus und begründet, dass klassischer Massentourismus und seine Destinationen sich in die nachhaltige Richtung entwickeln werden (vgl. Weaver 2012).

Beim nachhaltigen Tourismus geht es darum, die Urlaubsreisen so zu gestalten, dass die negativen Auswirkungen (siehe 2.4) minimiert und positive Effekte geschaffen werden (vgl. F.U.R. 2014). Im Rahmen des Projektes INVENT wurden die Ziele formuliert, die nachhaltige Veränderungen im Massenmarkt beschreiben (siehe Abb. 3).

Abb. 3: Zentrale Ziele für nachhaltigen Tourismus im Massenmarkt



Quelle: Schmied et al. 2009, S. 35

3.2 Ökologisch nachhaltiger Strandurlaub

Die Gestaltung eines nachhaltigen Urlaubes beginnt bei der Reisevorbereitung, die von vielen Aspekten und Wünschen abhängig ist. Ausschlaggebend hier ist die Wahl des Urlaubsziels, die eine entscheidende Rolle spielen kann, ob der Urlaub ökologisch nachhaltig(er) sein wird. Je weiter entfernt das Reiseziel von zuhause ist, desto mehr Schadstoffausstoß wird verursacht. Der Verband „forum anders reisen“ legt in seinem Kriterienkatalog folgende Regel fest: „Urlaubslänge, Reisezeit und Entfernung müssen in einem vertretbaren Verhältnis zueinander stehen und Kurzflugreisen dürfen nicht angeboten werden“ (forum anders reisen o.J.). Die deutschen Touristen, die einen Strandurlaub planen, sollten die folgenden Reiseziele unter die Lupe nehmen: Nord- und Ostseeküsten Deutschlands, Nordseeküsten Hollands und Belgiens, Frankreich, Norditalien, Kroatien sowie Nord- und Nordostküste Spaniens. Dabei ist ein Distanzaspekt zu berücksichtigen: So würde zum Beispiel ein Tourist aus München, der nach

Norditalien fährt, weniger CO₂-Emissionen produzieren, als wenn er seinen Urlaub an der deutschen Nordseeküste verbringen würde (angenommen sein Verkehrsmittel ist gleich).

Die Umweltbilanz einer Reise ist von der Wahl des Verkehrsmittels für die An- und Abreise stark abhängig. Bus und Bahn gehören mit einem vergleichsweise geringen CO₂-Ausstoß zu den nachhaltigeren Verkehrsalternativen. Aus ökologischer Sicht sollte man auf Flugreisen verzichten, da diese einen vielfach höheren Schadstoffausstoß ausweisen als Reisen mit anderen Verkehrsmitteln (vgl. Klein 2015, S. 182).

Und wenn man doch mit dem Flugzeug verreist, ist es möglich Klimagase durch Kompensationsgesellschaften wie atmosfair oder Myclimate zu neutralisieren. Die Passagiere bezahlen einen freiwilligen Klimaschutzbeitrag, wodurch die Ökoprojekte in Entwicklungsländern finanziert werden. Allerdings kann die Kompensation dieser Art das eigentliche Klimaproblem nicht lösen, weil sie nichts an den CO₂-Quellen ändert. Das Online-Magazin für Reisen und Umwelt „Verträglich Reisen“ gibt eine ausführliche Information wie eine Anreise zu den verschiedensten Zielen in Deutschland und Europa mit dem Zug, Bus oder Auto erfolgen kann (vgl. Verträglich Reisen o.J.).

Der nächste Faktor, der bei der Gestaltung eines umweltfreundlichen Strandurlaubes eine wichtige Rolle spielt, ist die Wahl einer Unterkunft und Verpflegung. Entscheidend ist hier die Reduzierung des Ressourcenverbrauches. Die umweltbewussten Unterkünfte achten auf Wasser- und Energieverbrauch (z.B. Stoptasten der Toilette, Handtücherwechsel nur nach Bedarf, Verzicht auf Swimmingpool, Klimaanlagevermeidung, keine Elektroheizung als Hauptheizung), Abfallvermeidung und Abfalltrennung (z.B. keine Einwegverpackungen, Recycling) sowie umweltfreundlich hergestellte Produkte (vgl. Wernstedt 2008, S. 93f./ Verträglich Reisen o.J.). Manche Unterkünfte (Klima-Hotels) verpflichten sich zu weiteren Klima-Schutzmaßnahmen, die auf erneuerbare Energie setzen und die restlichen CO₂-Emissionen durch kontrollierte und zertifizierte Projekte kompensieren. Somit bieten Klima-Hotels ihren Gästen klimaneutrale Übernachtungen (vgl. Viabono o.J.). Ein gutes Beispiel für die CO₂-neutralen Unterkünfte ist ein Öko-Dorf auf Teneriffa, dessen Häuser selber Wind- und Solarenergie erzeugen, ohne die Umwelt zu belasten. Die umweltbewussten Touristen können sich auf die folgenden Umweltzertifikate und -marken für Unterkünfte orientieren: Blaue Schwalbe (Europa), Bio Hotels (Europa), EU Ecolabel (Europa), Viabono (Deutschland) und Klima-Hotels (Deutschland). Allerdings sind zertifizierte Öko-Hotels an den Küsten, die einen Strandurlaub ermöglichen, eine absolute Seltenheit: In ganz Europa gab es 2011 insgesamt nur rund 50 Unterkünfte mit einem Nachhaltigkeitslabel (vgl. BUND 2011). Die unzureichende Anzahl von entsprechenden Hotelangeboten könnte einer der

Gründe für die Bevorzugung von Ferienwohnungen und -häusern sein. Diese Unterkunftsart bietet eine Möglichkeit der Selbstverpflegung, die dann mit Bio-, regionalen und saisonalen Lebensmitteln erfolgen kann (vgl. Klein 2015, S. 182). Andere Alternativen für eine nachhaltigere Unterkunft sind Campingplätze, Jugendherbergen oder Bauernhöfe, die deutlich weniger Umweltschäden anrichten als ein typisches Hotel mit einem All-Inclusive-Angebot.

Zur nachhaltigen Reise gehören auch die umweltfreundlichen Aktivitäten vor Ort. Zu bevorzugen sind die Aktivitäten, die einen möglichst geringen CO₂-Ausstoß verursachen, die Biodiversität nicht gefährden und die im Einklang mit der Natur erfolgen (vgl. ebd., S. 182). Die gut ausgebaute Infrastruktur für die Freizeitaktivitäten bedeutet in der Regel hohe Umweltbeeinträchtigungen. Der umweltfreundlichere Strandurlauber vermeidet Motorboots- und Jetskifahrten, Aquaparks, Tauchausflüge und geht lieber Wandern, fährt Rad, paddelt oder schnorchelt. Die Bootsfahrten mit Wal- und Delphinbeobachtung aber auch Schnorcheln und Tauchen können die Artenvielfalt durch falsches und umweltrespektloses Benehmen der Touristen zerstören. Der Reisende sollte sich über die Auswirkungen der Aktivitäten gut informieren und falls nötig nach nachhaltigeren Alternativen nachdenken. Nicht unwichtig ist die Mobilität vor Ort. Nutzung von Bussen und Bahnen, das Fahrradfahren und die Spaziergänge zu Fuß runden das Profil eines nachhaltigen Urlaubes ab.

3.3 Sozialökonomisch nachhaltigerer Strandurlaub

Der nachhaltige Tourismus kann nur dann erreicht werden, wenn neben umweltfreundlichen Zielsetzungen auch soziale und wirtschaftliche Aspekte berücksichtigt werden. Zu betonen ist, dass soziale Fragen oft von den ökonomischen Zielen und Kriterien nicht deutlich abgrenzbar sind.

Die soziale Dimension stellt die Zufriedenheit sowohl der Einheimischen in der Zielregion als auch der Reisenden in den Vordergrund (siehe Abb. 3, S. 25) (vgl. AÜbE-Umweltakademie 2003/2008/ Schmied et al. 2009, S. 33). Während für die Reisenden touristische Dienstleistungen, Service, gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, Berücksichtigung individueller Bedürfnisse sowie Erholung und Entspannung entscheidend sind, erwarten die Einheimischen Verbesserung der Lebensqualität, finanzieller Gewinn durch Tourismus, Respekt vor eigener Kultur und Lebensweise sowie die Ruhe von Touristen, wenn gewünscht (vgl. Beyer 2015, S. 201f.). Das zweite soziale Oberziel des nachhaltigen Tourismus ist ein interkultureller Austausch. Die Touristen, die nicht nur das Urlaubsmotiv „Sonne, Meer und Strand“ verfolgen, sondern sich mit dem Reiseland, der Kultur, den Sitten und Gebräuchen auseinandersetzen und dafür Respekt zeigen, tragen damit zur sozialen Nachhaltigkeit bei. Die Förderung des kulturellen Erbes sowie

die Stärkung der regionalen Identität gehören zu den weiteren Maßnahmen im soziokulturellen Bereich. Besonders komplex ist das Thema der Akkulturation durch Tourismus, wenn die Reisenden ihren „westlichen“ Lebensstil in Entwicklungsländern ausleben, woraus sich soziale Konflikte ergeben können. In diesem Fall muss ein Kompromiss zwischen dem Erhalt der Traditionen und dem Kulturwandel gesucht werden (vgl. ebd., S. 207f.). Das dritte soziale Ziel der Nachhaltigkeit ist die Beteiligung der einheimischen Bevölkerung an Planungs- und Entscheidungsprozessen zur touristischen Gestaltung der Region.

Der wesentliche ökonomische Aspekt einer nachhaltigen Tourismusedwicklung ist die Stärkung der regionalen Wirtschaft. Darunter werden die Berücksichtigung lokaler Anbieter sowie die Stärkung der kleinen und mittelständischen Wirtschaft verstanden (vgl. Schmied et al. 2009, S. 32). Mit der Wahl einer Unterkunft, die von den Bewohnern der Region geführt wird, und dem Besuch eines einheimischen Restaurants, das regionale Produkte verwendet, unterstützt der Tourist die Wirtschaft des Urlaubsziels. Dabei bleibt das Geld in der Destination und fließt nicht ins Ausland, was bei großen internationalen Hotelketten eher die Regel ist. Außerdem sind die regionaltypischen Unterkünfte und Restaurants meistens besser an die Umgebung und an die vorhandenen Ressourcen angepasst als die kulturfremden touristischen Einrichtungen. Deshalb trägt die wirtschaftliche Nachhaltigkeit gleichzeitig zum Erhalt der Tradition, Kultur und Lebensweise der Bevölkerung bei (vgl. Wernstedt 2008, S. 93f.).

Darüber hinaus bedeutet die wirtschaftliche Nachhaltigkeit Sicherung touristischer Arbeitsplätze und faire Arbeitsbedingungen (bzw. faire Löhne) für die Bevölkerung, Realisierung einer möglichst hohen touristischen Wertschöpfung und Vermeidung einer touristischen Monokultur (vgl. Freyer 2009, S. 390).

3.4 Beispiel eines nachhaltigen Strandurlaubes (Ligurien)

Um sich besser vorzustellen, wie ein nachhaltiger Strandurlaub gestaltet werden kann, wird in diesem Abschnitt der Arbeit ein kurzes Beispiel aufgeführt. Für Familien mit Kindern sowie für Paare, die nach einem ruhigen und erholsamen Strandurlaub suchen und die die Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigen möchten, ist es empfehlenswert die Region Ligurien in Italien auszuwählen. Ein Feriendorf Fiumaretta (Provinz La Spezia) am Ligurischen Meer und am Ufer des Flusses Magra, wo sich lange und feinsandige Strände erstrecken, ist eine perfekte und nicht überfüllte Stranddestination. Da Ligurien sich ganzjährig durch ein mildes Klima bei geringen Niederschlägen auszeichnet und zu einer der sonnenreichsten Regionen Italiens zählt, wird der Wunsch der Touristen nach Sonne, Strand und Meer vollkommen erfüllt.

Abb. 4: Lage von Fiumaretta und Blick auf das Dorf mit dem Strand



Quelle: eigene Darstellung/ Panoramio.com

Am besten können dieses Reiseangebot die Bewohner aus Süddeutschland in Anspruch nehmen, da die Strecke von südlichen Bundesländern nach Italien am kürzesten ist. Dadurch können die CO₂-Emissionen von der An- und Abreise minimiert werden. Um eine nachhaltige Reise zu gestalten, sollen die Bus- und Zugverbindungen zum Ort bevorzugt werden. Von Stuttgart und München gibt es viele umweltfreundliche Möglichkeiten um nach Mailand zu kommen. Die einfachste und günstigste Verbindung ist mit dem Bus der Linie Meinfernbus Flixbus, der mehrmals täglich auch nachts nach Italien fährt³ (vgl. Meinfernbus Flixbus o.J.). Um weiter in den Süden zu kommen, kann man den Zug von Mailand nach La Spezia nehmen⁴ und zum Schluss fährt man mit dem Bus der Linie ATC nach Fiumaretta⁵ (vgl. ACP Rail International o.J./ ATC Esercizio o.J.).

Für eine ökologische Unterkunft mit einer nachhaltigen Konzeption wird von dem Online-Portal Bio & Natur Urlaub eine Ferienwohnung in Fiumaretta angeboten (vgl. Bio & Natur Urlaub o.J.). Die nur 700 m vom Strand Fiumaretta entfernte Wohnung mit 6 Schlafplätzen verfügt über einen großen Garten, 3 Zimmer, Badezimmer mit Dusche und Jacuzzi sowie eine eigene Küche. Das Bauernhaus Alessandra vom selben Besitzer ist nicht weit von der Ferienwohnung entfernt und bietet den Gästen eigene lokale Produkte wie Gemüse, Obst, Beeren, Oliven usw. Bei einem zweiwöchigen Aufenthalt bezahlt man für das ganze Appartement ab 800 Euro (vgl. Agriturismo Alessandra o.J.).

Das wenig bekannte aber charmante Dorf Fiumaretta und die Umgebung bieten nicht nur malerische Berglandschaften und perfekte Strände, die mit Blauer Flagge ausgezeichnet wurden,

³ München-Mailand, direkt, Fahrtdauer ab 6:25 Std, Preis ab 25 Euro; Stuttgart-Mailand, direkt, Fahrtdauer ab 7:15 Std, Preis ab 28 Euro.

⁴ Fahrtdauer ca. 3 Std, Preis ab 14 Euro.

⁵ Fahrtdauer ca. 40 Min, Preis 3 Euro.

sondern zahlreiche umweltfreundliche Freizeitmöglichkeiten für die aktiveren Urlauber wie Radfahren, Bootsfahrten, Windsurfen, Wandern, Klettern, Mountainbiken, Vogelbeobachtung usw. Besonders gut geeignet für Wandern ist der Nationalpark Cinque Terre, der sich nördlich von La Spezia an der Küste Liguriens entlang zieht und zum UNESCO Weltkulturerbe gehört. Darüber hinaus gibt es hier eine endlose Zahl an kulturellen Highlights an der Küste Liguriens, die es zu entdecken gilt.

Dieses Beispiel zeigt, dass die Gestaltung eines umweltfreundlicheren und sozial nachhaltigeren Strandurlaubes durchaus möglich ist. Man verzichtet weder auf die Sonne und Meer, noch auf die zahlreichen Aktivitäten, minimiert dabei die CO₂-Ausstoße, unterstützt die regionale Wirtschaft und lernt das Land mit seiner Kultur kennen. Die Tatsache, dass man diese Reise schon für wenig Geld buchen kann, macht diese Art des Urlaubes perfekt.

4 Methoden der empirischen Untersuchung

Das nachfolgende Kapitel soll einen umfassenden Überblick über die durchgeführte empirische Untersuchung geben. Es wird auf die Erhebungsmethode, den Aufbau des Fragebogens und die Auswertungsmethode näher eingegangen.

4.1 Erhebungsmethode

Das grundlegende Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Darstellung des allgemeinen Reiseverhaltens der deutschen Strandurlauber sowie ihres aktuellen Verhaltens in Fragen der Nachhaltigkeit. Zudem dient die Arbeit zur Einschätzung der Bereitschaft der Strandurlauber, ihre Reise in Zukunft nachhaltiger zu gestalten.

Für diese empirische Untersuchung wurde eine quantitative Online-Befragung, welche eine Form der schriftlichen Befragung ist, mit einem standardisierten Fragebogen verwendet. Diese Methode der Datensammlung wurde ausgewählt, um eine möglichst große Zahl von Untersuchungsteilnehmern einbeziehen zu können. Mithilfe eines internetbasierten Fragebogens erzielt man eine enorme Reichweite, da die Zahl der Online-Nutzer in Deutschland weiterhin kontinuierlich wächst. Zudem können die geografisch verstreuten Zielgruppen aus ganz Deutschland am einfachsten angesprochen werden. Durch die vollständige Standardisierung des Fragebogens, wobei die Formulierungen der einzelnen Fragen, die Antwortvorgaben und deren Reihenfolgen festgelegt wurden, kann die optimale Vergleichbarkeit der Ergebnisse erreicht werden (vgl. Flick 2009, S. 105ff.).

Die Grundgesamtheit umfasst alle Strandurlauber aus Deutschland unabhängig von der Nationalität, die in den letzten zwei Jahren mindestens eine Reise über 5 Tage mit dem Motiv „Sonne, Strand, Meer“ unternommen haben und die älter als 18 Jahre sind. Innerhalb dieser Grundgesamtheit wurde eine Teilerhebung durchgeführt, wobei ein Mindestumfang von 200 Datensätzen erfüllt werden sollte. Zur genannten Grundgesamtheit liegen keine konkreten Zahlen vor. Aus statistischen Quellen (siehe 2.3, S. 12) geht nur hervor, dass 53-62% aller Menschen in Deutschland (ca. 45 Mio.) gerne Strandurlaub machen. Außerdem wird davon ausgegangen, dass die älteren Mitglieder der Zielgruppe durch die im Internet durchgeführte Befragung nicht vollständig erreicht werden können. Aus diesen Gründen besitzen die Ergebnisse keinen Anspruch auf Repräsentativität, erlauben aber durchaus bedeutende Tendenzaussagen. Es wird hauptsächlich eine deskriptive Forschung eingesetzt.

Die Erstellung des Fragebogens sowie die Datenerhebung und -erfassung erfolgten mithilfe eines Online-Umfrage-Tools „UmfrageOnline.com“. Nach der Programmierung des Fragebogens

wurde ein Online-Link erstellt, der im Internet verbreitet werden konnte. Der Online-Fragebogen ist für die Befragten einfach zu bedienen und man benötigt dabei keine fachlichen Computerkenntnisse. Vor der Befragung wurde Ende September 2015 ein Pretest mit fünf Personen durchgeführt, wobei die Verständlichkeit der Fragen, Vollständigkeit der Antwortmöglichkeiten und die Befragungsdauer geprüft wurden. Dadurch konnte die Optimierung des Fragebogens erreicht werden.

Die Fragebögen wurden hauptsächlich über ein soziales Netzwerk (Facebook) anhand von persönlichen Nachrichten, Kommunikation in urlaub- bzw. strandurlaubspezifischen sowie in anderen verschiedensten Gruppen (z.B. Hochschulgruppen, Gruppen der kirchlichen Gemeinden) und über E-Mail verbreitet. Außerdem wurde die Umfrage über die Reiseforen (z.B. Travelamigos, Ostsee Urlaub Forum) kommuniziert.

Die Befragung unter deutschen Strandurlaubern fand im Zeitraum vom 3.10.2015 bis 26.10.2015 statt. Diese Periode war für die Umfrage besonders gut geeignet, da die meisten Touristen im Oktober aus dem Strandurlaub zurück sind und die letzten Urlaubserinnerungen leicht abrufen können.

4.2 Aufbau des Fragebogens

Da der Aufbau des Fragebogens zur Qualität der Untersuchungsergebnisse beiträgt, sollte bei der Erstellung einer Umfrage auf ihre Struktur und Korrektheit besonders geachtet werden. Der Titel der Umfrage wurde für die Befragten unkompliziert formuliert und lautet „Strandtourismus und Nachhaltigkeit“. Der Einleitungstext bietet den potenziellen Befragten Informationen über das Ziel, den Inhalt und die eingeschätzte Dauer (ca. 10 Min.) der Umfrage. Es wird verdeutlicht, an wen sich die Befragung richtet, und um die Unverständlichkeiten zu vermeiden, der Begriff „Nachhaltigkeit“ kurz definiert.

Obwohl im Einleitungstext die Zielgruppe festgelegt wurde, beginnt der Fragebogen mit einer Filterfrage (Frage 1), wodurch ausschließlich Datensätze von Befragten, die in den letzten zwei Jahren mindestens einen Strandurlaub gemacht haben, erhalten werden können.

Die folgenden 21 Fragen können in drei Themenblöcke untergliedert werden. Der erste Block (Fragen 2-13) umfasst allgemeine Fragen zum typischen Reiseverhalten im Strandurlaub. Behandelt wurden solche Themen wie Reiseziele und -dauer, Urlaubsmotive, Häufigkeit des Strandurlaubes, Verkehrsmittel- und Unterkunftswahl, Art der Verpflegung, Freizeitaktivitäten vor Ort und Kontakt zu Einheimischen. Anhand dieser Fragen sollte untersucht werden wie die deutsche Bevölkerung ihren Strandurlaub gestaltet. Obwohl das Thema der Nachhaltigkeit hier

nicht direkt angesprochen wird, können aus dem angegebenen Urlaubsverhalten Rückschlüsse bezüglich nachhaltiger Aspekte der Reisegestaltung gezogen werden.

Im zweiten Fragenkomplex (Fragen 14-17) wird auf die Aspekte der Nachhaltigkeit konkreter eingegangen. Diese Fragen dienen dazu, die Einstellung zum nachhaltigen bzw. nachhaltigerem Strandurlaub zu erfassen. Es wird nun deutlich, inwiefern die Urlauber zur nachhaltigeren Reisegestaltung bereit sind und ob sie die umweltfreundlicheren Alternativen sowie den Verzicht auf die umweltschädlichen Dienstleistungen und Produkte in Anspruch nehmen würden.

In dem letzten Block (Fragen 19-22) werden die soziodemographischen Daten wie Geschlecht, Alter, Bildungsabschluss, Berufsstatus und Wohnort (Bundesland) erhoben. Durch diese Fragen können die verschiedenen Probandengruppen identifiziert werden, wobei die Differenzierung der Ergebnisse bei der Auswertung ermöglicht werden kann.

Beim Aufbau des Fragebogens wurde darauf geachtet, dass die Fragen möglichst nach dem „Trichter-Prinzip“ angeordnet werden (vgl. Flick 2009, S. 110). So wurden zu Beginn eher allgemeine unkomplizierte Fragen gestellt, die als Eröffnungsfragen oder „Eisbrecherfragen“ bezeichnet werden können. Im Verlauf des Fragebogens steigerte sich die Schwierigkeit der Fragen. Die soziodemographischen Daten werden zum Schluss abgefragt, da die für Probanden uninteressant aber schnell und leicht zu beantworten sind. Abschließend erfolgte die Umleitung auf Schlussseite von Umfrage Online, wo den Probanden für die Teilnahme an der Umfrage gedankt wurden.

Von großer Bedeutung bei der Konzeption des Fragebogens war die Verständlichkeit der Formulierungen: Die notwendigen Begriffe sollten definiert werden (Begriff der Nachhaltigkeit); komplexere Zusammenhänge wurden in konkrete, verständliche Fragen übersetzt (vgl. Flick 2009, S. 106). Alle Fragen wurden in einer geschlossenen Form erstellt und enthielten damit Vorgaben. Allerdings wurden einige von denen durch ein offenes Textfeld „Sonstiges“ erweitert. Es wurden solche Arten von Fragen und Antwortvorgaben, wie dichotome Fragen mit zwei Antwortmöglichkeiten, Multiple-Choice-Fragen mit mehreren Antwortmöglichkeiten (auch mit Mehrfachnennungen), Likert-Skalen und mehrstufige Ratingskalen eingesetzt (vgl. Mayer 2013, S. 92ff.). Damit der Fragebogen den Probanden nicht zu monoton erscheint, wurden die Arten von Fragen möglichst nacheinander abgewechselt.

4.3 Auswertungsmethode

Die Auswertung aller Daten erfolgte online auf derselben Plattform „Umfrage Online“, die verschiedensten Filterungen ermöglicht und zu jeder Frage grafische Darstellungen und Tabellen

automatisch beifügt. Die volle Datenbank kann mittels einem Link aufgerufen werden (vgl. Umfrage Online, Datenbank).

Als erstes wurden die Datensätze nach Vollständigkeit gefiltert. Mit der Auswahl dieser Option wurden nur die Antworten der Teilnehmer ausgewertet, welche die Umfrage bis zum Schluss beantwortet haben. Anschließend sollten lediglich die Datensätze der Zielgruppe (Befragten, die in den letzten zwei Jahren mindestens einen Strandurlaub gemacht haben) erhalten werden. Dafür wurde eine Filterung mithilfe der ersten Frage durchgeführt, indem man die Antwortkategorie „Ja“ auswählte. Im Verlauf der Auswertung wurde nur mit diesen Datensätzen gearbeitet.

Für die Auswertung der Daten wurden die univariaten, bivariaten sowie multivariaten Analysen angewendet. Mithilfe des univariaten Verfahrens werden die relativen Häufigkeiten kalkuliert, „indem die Zahl der Fälle in einer Kategorie durch die Zahl der Fälle in der Stichprobe geteilt wird“ (Flick 2009, S. 158). Die absoluten und relativen Häufigkeiten wurden mittels der Online-Plattform berechnet. Allerdings wurden in der vorliegenden Arbeit lediglich die prozentualen Häufigkeiten ausgewertet. Außerdem dienten die kumulierten relativen Häufigkeiten, Mittelwerte (das arithmetische Mittel) und die Standardabweichung zu der weiteren Analyse der Ergebnisse (vgl. Mayer 2013, S. 119f.). Die letzten zwei wurden automatisch online bei den Fragen mit Bewertungstabellen berechnet. Um die Zusammenhänge zwischen zwei Variablen untersuchen zu können, wurde die bivariate Analyse durchgeführt. Die wichtigsten Resultate werden im Unterkapitel 5.4 „Spezifische Ergebnisse und Zusammenhänge“ erfasst. Des Weiteren wurde mithilfe des multivariaten Verfahrens eine Typologisierung der Befragten vorgenommen. Dafür wurden alle Antworten der Strandurlauber nach von ihnen bevorzugten Reisezielen gefiltert (Frage 2), ausgewertet und nach Ähnlichkeit im Reiseverhalten geprüft. Die Urlauber, die in Antworten Gemeinsamkeiten aufwiesen, wurden in eine Gruppe zusammengeführt. So entstanden vier Typen der Strandurlauber (siehe 5.3): Typ „Deutschland“ (nachhaltiger Typ), Typ „Europa“ (potenziell nachhaltiger Typ), Typ „Spanien/ Türkei/ Nordafrika“ (nicht-nachhaltiger Typ) und Typ „Fernziele“ (gemischter Typ). Die aufgeführten Daten wurden mit den Grafiken und Tabellen unterstützt, die sich von der Plattform „Umfrage Online“ herunterladen ließen oder im Programm „Microsoft Excel“ manuell erstellt wurden.

5 Ergebnisse und Interpretation der empirischen Untersuchung

Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Umfrage grafisch dargestellt, ausgewertet und interpretiert. Um einen ersten Überblick zu erhalten, wird zuerst die Gesamtauswertung erfolgen. Danach werden vier verschiedenen Typen der Strandurlauber vorgestellt und die anderen wichtigen Ergebnisse der Untersuchung beschrieben. Grafische Auswertungen der Umfrage, die in diesem Kapitel nicht angeführt werden, sind im Anhang dargestellt.

5.1 Gesamtauswertung

Insgesamt nahmen an der Umfrage 643 Probanden teil, von denen 536 den Fragebogen vollständig ausfüllten. Nachdem die Ergebnisse auf die Untersuchungsmerkmale gefiltert wurden (Strandurlauber ab 18 Jahren, die in den letzten zwei Jahren mindestens eine Reise durchgeführt haben), entstanden 499 verwertbare Datensätze. Somit wurde das am Anfang gesetzte Ziel, 200 Fragebögen zu erhalten, erreicht. Die Ausschöpfungsquote beträgt 77,6% und kann damit als hoch eingeschätzt werden.

5.1.1 Soziodemographische Beschreibung der Stichprobe

Hinsichtlich der Soziodemographie der Stichprobe kann festgestellt werden, dass die weiblichen Teilnehmer zu 73% und die männlichen zu 27% vertreten waren. Die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Ergebnis als repräsentativ bezeichnet werden kann, ist somit eher gering. Der sehr hohe Anteil an Frauen in der Umfrage kann dadurch erklärt werden, dass sie vermutlich eine höhere Aktivität in urlaubsbezogenen Gruppen bei Facebook und Reiseforen im Vergleich zu den männlichen Vertretern aufweisen und dass sie mehr an dem Thema „Strandtourismus und Nachhaltigkeit“ interessiert sind.

Mit 30,5% war die Altersgruppe „35 bis 50 Jahre“ am meisten vertreten, gefolgt von der Strandurlaubergruppe der 25 bis 35 - jährigen mit 28,3% und der Gruppe der 50 bis 65 - jährigen mit 21%. 18,2% aller Befragten, die gerne in den Strandurlaub fahren, waren junge Teilnehmer im Alter von 18 bis 25 Jahren. Bemerkenswert ist, dass sich der Anteil der älteren Strandurlauber über 65 Jahren nur auf 2% beziffert. Auch in diesem Fall wird kein Anspruch auf die Repräsentativität dieses Ergebnisses erhoben. Dadurch, dass die Online-Affinität der älteren Generation noch ziemlich gering ist (nimmt jedoch kontinuierlich zu), wurde diese Altersgruppe durch den internetbasierten Fragebogen kaum angesprochen. Obwohl die jüngeren Leute öfter als die Älteren im Internet bzw. in sozialen Netzwerken vertreten sind und Teilnehmer über 65 Jahren nicht erreicht wurden, waren die meisten Befragten Strandurlauber über 35 Jahren (53,5%). Das

Ergebnis korreliert mit den Rückschlüssen des INVENT-Projektes, welches die Überrepräsentation der Strandurlauber über 40 Jahren aufwies (vgl. INVENT Tourismus 2004).

Als höchsten Bildungsabschluss gaben 34% der Befragten einen Hochschulabschluss an, 28% eine abgeschlossene Ausbildung und 15% Abitur. Das Fazit der obengenannten Studie lautete, dass die meisten Strandurlauber eine einfache oder mittlere Bildung besitzen. Dabei wurden in der INVENT-Studie nur die Pauschalurlauber untersucht. Auf den Zusammenhang zwischen Bildungsabschluss und der Wahl von Pauschal- bzw. Individualreisen wird im Unterkapitel 5.3 näher eingegangen.

Fast zwei Drittel der befragten Strandurlauber (65,3%) waren berufstätig, ein Sechstel (16,8%) Studenten, und 7,8%, von denen die meisten Rentner waren, gaben einen anderen Status an. Einen geringeren Anteil betrugen Hausfrauen (4,8%), Arbeitssuchende (2,4%), Auszubildende (2,4%) und Schüler (0,4%).

Mit 19,6% stammte ein Großteil der Befragten aus Nordrhein-Westfalen, gefolgt von Niedersachsen mit 14,8%, Bremen mit 14,4%, Baden-Württemberg mit 13,6% und Bayern mit 10,6%. Die restlichen Bundesländer waren mit einem geringeren Anteil vertreten.

5.1.2 Reiseverhalten der Strandurlauber

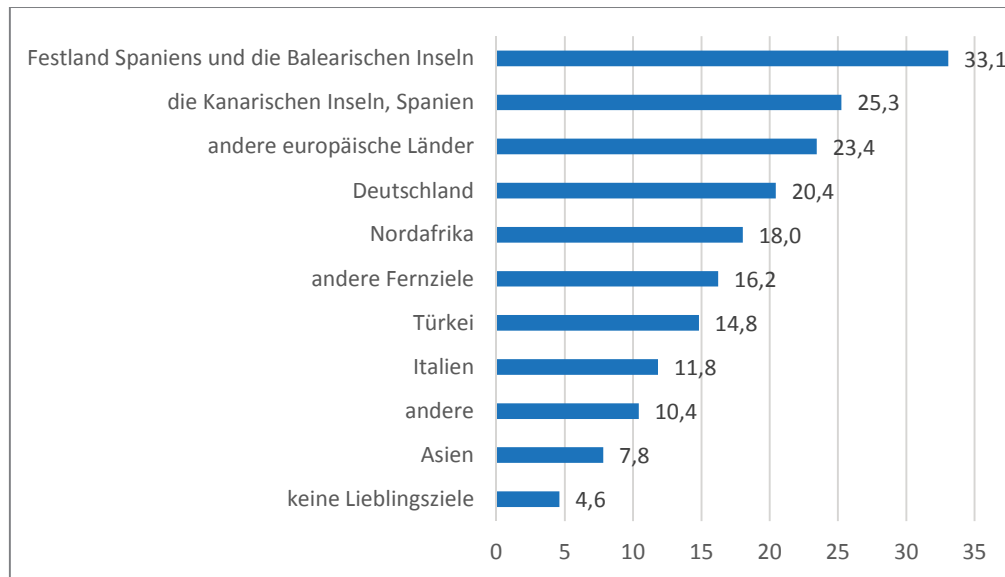
Aus den Ergebnissen der Umfrage geht hervor, dass 33,1% aller Befragten das spanische Festland inkl. der Balearischen Inseln (Mallorca, Menorca, Ibiza) für ihren Strandurlaub bevorzugen (siehe Abb. 5). Jeder vierte Strandurlauber aus Deutschland wählt die Kanarischen Inseln als Reiseziel aus⁶. Dies bedeutet, dass Spanien mit einem Anteil von 47%⁷ als absolute Vorreiter-Destination im Strandtourismus bezeichnet werden kann. 23,4% der deutschen Strandurlauber fahren gerne in andere europäische Länder (ausschließlich Spanien und Italien) wie Frankreich oder Kroatien. Ein Fünftel der Befragten (20,4%) sucht das Heimatland für ihren Strandurlaub aus. Auch Nordafrika (18%) und die anderen Fernziele (16,2%) wie zum Beispiel die Vereinigten Staaten sind ziemlich beliebt bei den Strandurlaubern. Sehr überraschend erscheint das Ergebnis, dass Italien und die Türkei, die laut der Reiseanalyse im Jahr 2014 den zweiten und dritten Platz der Top-Auslandsreiseziele belegten (vgl. F.U.R. 2015), relativ weit unten in der Liste stehen. Dadurch, dass die deutschen Strandurlauber sehr häufig die weitentfernten Reiseziele wählen (Kanaren,

⁶ Zu berücksichtigen ist, dass die Kanarischen Inseln, die meistens nur mit einem ca. vier-fünfstündigen Flug erreicht werden können, als ein eher nicht umweltfreundliches Urlaubsziel gelten. Aus diesem Grund wurden die Kanarischen Inseln im Fragebogen separat aufgeführt.

⁷ Das spanische Festland inkl. der Balearischen und Kanarischen Inseln. Mehrfachnennung wurde ausgeschlossen.

Nordafrika, andere Fernziele), kann dieses Reiseverhalten nicht als umweltfreundlich charakterisiert werden.

Abb. 5: Bevorzugte Reiseziele im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)



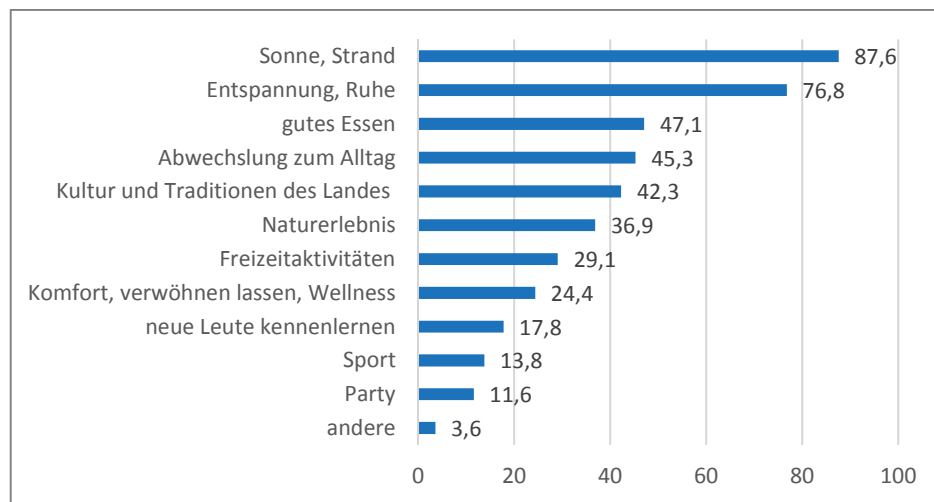
Quelle: eigene Darstellung

Die meisten Strandurlauber bleiben entweder 10 bis 14 Tage (41%) oder 5 bis 10 Tage (39,5%) vor Ort. 16,2% aller Befragten bevorzugen einen längeren Aufenthalt an den Stranddestinationen und wählten damit die Kategorie „über 14 Tage“. Nur bei 3,2% der Urlauber beträgt die Reisedauer unter 5 Tage. Diese Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit aller Strandurlauber (57,2%) doch etwas länger den Strand und die Sonne genießen will und bleibt daher über 10 Tage im Urlaub. Somit ist dieses Resultat mit der durchschnittlichen Reisedauer der Deutschen (12,5 Tage) vergleichbar (vgl. F.U.R. 2015).

Die Abbildung 6 stellt die ausschlaggebenden Motive der Befragten für ihren Strandurlaub dar. Wie der Name dieser Reiseform schon sagt, suchen die meisten Probanden (87,6%) nach „Sonne und Strand“ in ihrem Urlaub. Zu den meistgenannten Motiven gehört auch „Entspannung und Ruhe“: Für 76,8% der Strandurlauber ist dieses Motiv von sehr großer Bedeutung. Interessant ist, dass das Motiv „gutes Essen“ mit einem Anteil von 47,1% unter den Top-3-Reisemotiven im Strandtourismus platziert werden kann. Auch die Abwechslung zum Alltag spielt für viele Urlauber (45,3%) eine große Rolle. Ziemlich weit oben in der Liste sind die nachhaltigen Motive, wie „Kultur und Traditionen des Landes oder der Region kennenlernen“ (42,3%) und „Naturerlebnis“ (36,9%). Sport und Partys gehören zu den eher unwichtigen Motiven im

Strandtourismus. Bei der Kategorie „andere“ wurden Schnorcheln und Tauchen besonders oft genannt. Auch in diesem Fall stimmen die Ergebnisse der durchgeführten Umfrage mit der INVENT-Studie überein, die feststellte, dass die Strandurlauber viel Wert auf Strand/Pool, Baden, Ruhe und gutes Essen legen und sich für das Nachtleben am wenigsten interessieren (vgl. INVENT Tourismus 2004).

Abb. 6: Reisemotive im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)



Quelle: eigene Darstellung

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass Strandurlaub bei Paaren am beliebtesten ist. Über die Hälfte der Befragten (55,7%) fahren normalerweise mit dem Freund/in oder Lebenspartner/in in den Urlaub⁸. Familiär ist der Strandtourismus auch: 43,7% der Befragten genießen ihren Urlaub mit der Familie. Fast jeder Dritte (30,9%) wählte die Antwortkategorie „Mit den Freunden/innen“ aus. Und nur 10% der Probanden fahren in der Regel alleine in den Strandurlaub.

Ein weiteres Ziel der Umfrage war auch, die Häufigkeit des Strandurlaubes der Befragten je nach Urlaubsregionen zu bestimmen. Da die Entfernung zum Urlaubsort durch die verursachten CO₂-Ausstoße die Umweltfreundlichkeit der An- und Abreise beeinflusst, gehört die Kategorie „in Deutschland“ zu dem nachhaltigeren und die Antwortmöglichkeit „in anderen Fernzielen“ zu dem umweltschädlicheren Urlaub (siehe Tab. 2). Nun wird hier analysiert wo und wie oft sich die Strandurlauber erholen.

Aus Tabelle 2 geht hervor, dass ein Großteil der Befragten (rund 38%) seltener als einmal in zwei Jahren ihren Strandurlaub in Deutschland verbringt. Über ein Fünftel der Probanden (22%) verbrachte ihren Strandurlaub noch nie im Heimatland. Fast die gleiche Anzahl der Befragten

⁸ Mehrfachnennung möglich.

(21,3%) bleibt einmal jährlich für den Strandtourismus in Deutschland. Die Statistik bezüglich der europäischen Länder ergibt ein anderes Bild. Die Mehrheit der Teilnehmer (38,4%) genießt einmal im Jahr ihren Urlaub in Europa. Es gab nur sehr wenig Befragte (4,6%), die noch nie einen Strandurlaub im europäischen Raum hatten. Für die Meisten (58,4%) ist die Wahl eines Fernzieles für den Strandurlaub keine bzw. keine regelmäßige Option. Es gibt jedoch viele Strandurlauber, die auf der Suche nach Sonne und Strand ziemlich oft Europa verlassen. Über 20% der Befragten wählen einmal im Jahr und über 9% sogar zwei Mal im Jahr oder öfter ein Fernziel aus. Aus den Werten vom arithmetischen Mittel ist es zu erkennen, dass die Probanden am häufigsten in den europäischen Ländern bleiben (Mittelwert beträgt 2,59). Das Ergebnis, dass man den Strandurlaub in den Fernzielen (3,46) fast genauso häufig wie in Deutschland (3,39) verbringt, ist ziemlich überraschend und kann nicht als positiv bezeichnet werden.

Tab. 2: Häufigkeit des Strandurlaubes

	2 mal im Jahr oder öfter (1)		1 mal im Jahr (2)		1 mal in 2 Jahren (3)		seltener (4)		nie gemacht (5)				Arithmetisches Mittel (Ø) Standardabweichung (±)				
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Ø	±	1	2	3	4	5
in Deutschland	55x	11,04	106x	21,29	38x	7,63	189x	37,95	110x	22,09	3,39	1,33					
in den europäischen Ländern	82x	16,47	191x	38,35	96x	19,28	106x	21,29	23x	4,62	2,59	1,13					
in den anderen Fernzielen	47x	9,44	103x	20,68	57x	11,45	154x	30,92	137x	27,51	3,46	1,34					

Quelle: Umfrage Online auf Basis eigener Daten

Laut den Ergebnissen der Umfrage sind über die Hälfte der Strandurlauber (52,9%) keine Freunde der Pauschalreisen und stellen ihre Reise selbstständig zusammen⁹. Der Pauschalreisemarkt bleibt allerdings nachgefragt. Mehr als ein Viertel der Befragten (26,1%) bucht eine Pauschalreise im Reisebüro und 22,6% der Probanden – online. So, bevorzugen 45,3%¹⁰ der Strandurlauber Pauschalreisen. Der wichtigste Grund für die Wahl einer Pauschalreise ist die Unkompliziertheit und Schnelligkeit der Buchung (20% der Nennungen).

Bei der Betrachtung des Hauptverkehrsmittels bis zum Reiseziel wurde festgestellt, dass das Flugzeug mit Abstand am häufigsten genutzt wird (80,8%)¹¹. Damit ist diese Zahl überdurchschnittlich hoch. An zweiter Stelle folgte das Auto (42,1%). Aus der Reiseanalyse 2015 wird jedoch ersichtlich, dass in Deutschland generell seltener mit dem Flugzeug (39%) als mit

⁹ Mehrfachnennung möglich.

¹⁰ Mehrfachnennung wurde ausgeschlossen.

¹¹ Mehrfachnennung möglich.

dem Auto (46%) verreist wird (vgl. F.U.R. 2015). Ursache für eine vermehrte Nutzung des Flugzeuges könnte die häufige Fernzieleauswahl der Strandurlauber sein. Mit den umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln wie Bahn und Bus werden die Strandreiseziele mit den Anteilen 11,2% und 4,8% nur seltener erreicht.

Die zwei typischen Unterkünfte der Strandurlauber sind Ferienwohnung und -haus oder Appartement (51,1%) sowie ein 4- oder 5-Sterne-Hotel (50,9%)¹². Die einfacheren Hotels (1, 2 oder 3 Sterne) werden nur von jedem Fünften (20,2%) ausgewählt. Hostels, Jugendherbergen (9,2%) und Campingplätze (13%), die in der Regel als nachhaltigere Alternative gelten, sind bei den Strandurlaubern weniger nachgefragt.

Des Weiteren wurde in der Umfrage analysiert, welche Faktoren die Unterkunftswahl im Strandtourismus beeinflussen. Der Preis ist für die Mehrheit der Befragten entscheidend: Für 60,5% der Teilnehmer ist der Preis wichtig und für 29,7% eher wichtig. An zweiter Stelle folgte die Nähe zum Strand: 47,5% der Strandurlauber legen sehr viel und 41,9% viel Wert auf die Nähe zum Meer. Der Komfort ist für die deutschen Urlauber auch von der großen Bedeutung. Vier von zehn Probanden (40%) stuften jeweils diese Kategorie als „wichtig“ und „eher wichtig“ ein. Ziemlich bedeutend scheint auch eine ruhige Lage der Unterkunft. Bei dem Faktor „Umwelt- und Sozialverträglichkeit“ sind die Urlauber nicht so einig. Knapp 40% der Teilnehmer wählten Kategorie „eher wichtig“ und 25,5% „eher unwichtig“ aus. Ein Fünftel (20,3%) der Strandurlauber achtet jedoch bewusst auf die Umwelt- und Sozialverträglichkeit bei der Unterkunftswahl. Somit sind 59,6% der deutschen Strandurlauber für eine nachhaltige Unterkunft interessiert, was als positives Resultat gesehen werden kann. Die Faktoren „Freizeitprogramm“ und „All-Inclusive-Angebot“ werden bei der Unterkunftswahl im Durchschnitt weniger beachtet: Für 19,6% der Befragten ist das All-Inclusive-Angebot wichtig und nur 8,4% legen viel Wert auf das Freizeitprogramm.

Eine klare Diskrepanz ist bei der Analyse der nächsten Frage, bei der es um eine typische Verpflegung im Strandtourismus geht, zu erkennen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass 36,7% der Strandurlauber die All-Inclusive-Verpflegung auswählen¹³. Dies lässt sich wie folgt erklären: All-Inclusive-Angebote buchen auch diejenigen Urlauber, für die diese Art der Verpflegung unwichtig oder eher unwichtig ist. Die gleiche Anzahl der Probanden (36,1%) genießt den Urlaub ohne

¹² Mehrfachnennung möglich.

¹³ Mehrfachnennung möglich.

Verpflegung. Fast jeder Dritte (31,1%) bucht Halbpension und jeder Vierte (25,3%) nur das Frühstück.

Die nächste Frage der Untersuchung sollte einen Überblick über die Rolle der ausgewählten Freizeitaktivitäten im Urlaub geben. Die meist genannte Aktivität im Strandurlaub ist „Baden und Schwimmen“. Insgesamt 86,4% der Befragten baden oft oder sehr oft in ihrem Urlaub. Die Standardabweichung ist niedrig (0,84), das heißt, die Befragten sind sich weitgehend einig. An zweiter Stelle folgt „Besuche von Restaurants und Cafés“: 38% der Urlauber gehen sehr oft und 29,5% oft essen. Diese Ergebnisse korrelieren mit den Reisemotiven der deutschen Strandurlauber, wo das Motiv „gutes Essen“ sehr hoch eingestuft wurde. Eine Freizeitaktivität „Spaziergänge, Wanderungen“ ist von den Deutschen auch sehr beliebt. Über ein Viertel der Probanden (26%) geht sehr oft wandern in ihren Strandurlaub. Sehr uneinig scheinen die Strandurlauber in Bezug auf die Miete des Autos für die Ausflüge (die Standardabweichung beträgt 1,52). So mieten 19,4% der Befragten sehr oft das Auto um die Gegend näher kennenzulernen, und 30,5% machen es nie. Es kann behauptet werden, dass fast jeder zweite Urlauber (48,7%) durch den Verzicht auf das Autofahren oder durch eine seltene Nutzung einen Beitrag zum Klimaschutz leistet. Wie bereits oben festgestellt wurde (s. Abb. 6, S. 38), wird Sport im Strandurlaub nicht gerne getrieben: 43,3% der Urlauber sind nie oder nur selten sportlich aktiv und 35,3% der Befragten sind gelegentliche Sportler im Strandurlaub. Positiv zu bemerken ist, dass die umweltschädlicheren Freizeitaktivitäten nicht besonders beliebt bei den Strandurlaubern sind. Nur 7,8% der Probanden besuchen oft oder sehr oft Aqua- und Freizeitparks, die in der Regel hohen Wasser- und Stromverbrauch aufweisen. Vier von zehn Strandurlaubern (40,9%) führen im Urlaub nie diese Aktivität durch. Die Wellnessangebote und Sauna, die meistens auch sehr viel Wasser verbrauchen, gehören für die meisten deutschen Strandurlauber nicht zu den attraktiven Freizeitaktivitäten. Über die Hälfte der Befragten (56,1%) nehmen diese Aktivität nie oder selten in Anspruch. Die Kategorie „Bootsfahrten, Wale und Delphine beobachten usw.“, die durch hohen Energieverbrauch der Boote und Stören von Tieren nicht als umweltfreundlich bezeichnet werden kann, wurde von den Urlaubern eher niedrig eingestuft. Nur 13,4% der Probanden interessieren sich im Strandurlaub für diese Art der Freizeitverbringung.

Als letztes wurde in diesem Themenblock der Kontakt zu den Einheimischen vor Ort untersucht. Zu betonen ist, dass diese Problematik sehr kompliziert ist und nicht eindeutig interpretiert werden kann. Von einer Seite soll kein Andrang von den Touristen und Verlust an kulturelle Identität der Bevölkerung stattfinden. Von einer anderen Seite legen insbesondere die Deutschen im Urlaub Wert auf Distanz zu den Einheimischen und interessieren sich nicht für das Land (vgl.

Opaschowski 2001, S. 14). Wenn die Touristen mehr Interesse an den Einheimischen und deren Leben aufweisen und sie dabei respektvoll behandeln und nicht überfordern, dann können sie doch zur sozialen Nachhaltigkeit und zum interkulturellen Austausch beitragen. Ein Großteil der Befragten (35,3%) ist tatsächlich an den Einheimischen nicht besonders interessiert und gibt einen folgenden Ausblick: „Es gibt ein wenig Kontakt hauptsächlich durch die Dienstleistungen (Unterkunft, Restaurants, Freizeitaktivitäten usw.)“. Fast jeder dritte Urlauber (30,9%) versucht jedoch immer einen „Smalltalk“ mit den Einheimischen zu führen und lernt eventuell ein paar Phrasen auf ihrer Sprache. 28,7% der Probanden tragen durch das Interesse an Einheimischen und deren Kultur am meisten zur sozialen Nachhaltigkeit im Urlaub bei: Sie unterhalten sich oft und gerne mit den Leuten des Urlaubsortes über die verschiedensten Themen wie Kultur, Alltagsleben vor Ort usw. Nur die wenigsten (5,2%) wählten die folgende Antwortkategorie aus: „Ich habe fast gar keinen Kontakt zu den Einheimischen. Die meisten Mitarbeiter in der Unterkunft/ des Restaurants sind Ausländer und keine Einheimischen“.

Zum Schluss kann behauptet werden, dass die sehr beliebten Fernziele im Strandtourismus, die häufige Nutzung des Flugzeugs und die Wahl der komfortablen 4- und 5-Sterne-Hotels mit All-Inclusive-Verpflegung am meisten dafür sorgen, dass der Urlaub vieler Deutschen nicht als nachhaltig bezeichnet werden kann.

5.1.3 Einstellung der Strandurlauber zum nachhaltigen Tourismus

In diesem Themenkomplex wird untersucht, welche Rolle der Aspekt der Nachhaltigkeit im Strandtourismus spielt, wie umweltfreundlich und/oder sozialverträglich die Strandurlauber zurzeit sind und ob sie bereit wären ihre Reisen in Zukunft nachhaltiger zu gestalten.

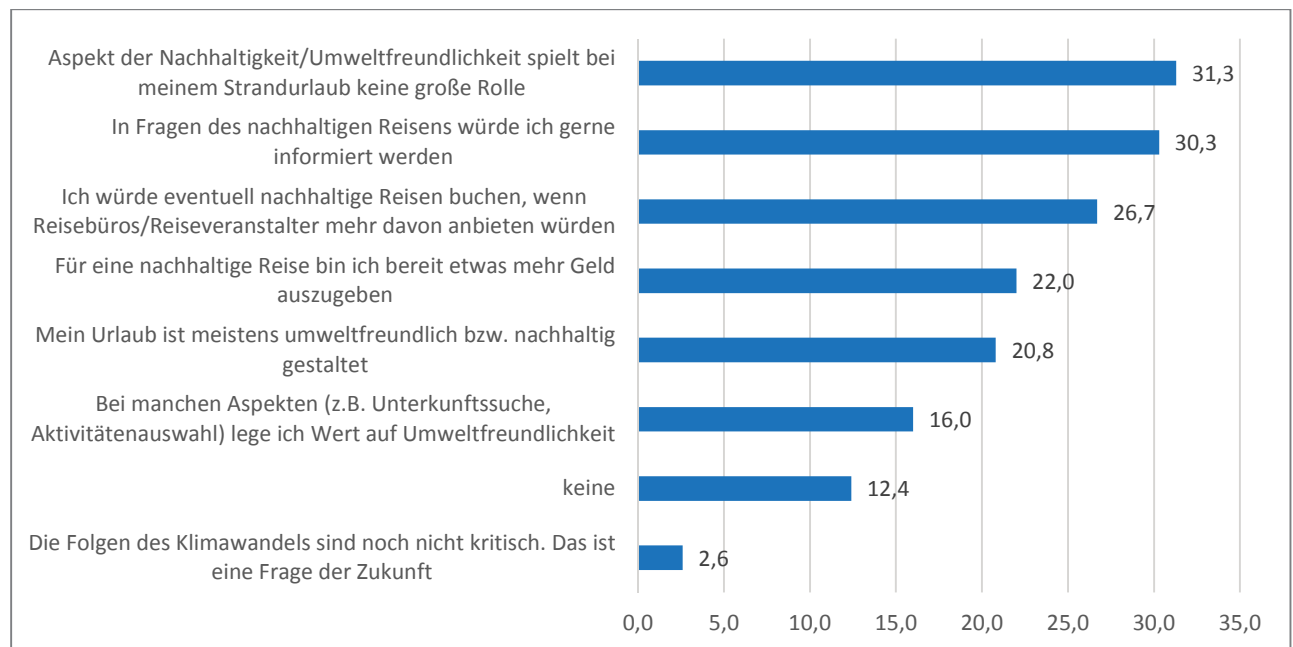
Aus den Ergebnissen der Umfrage ist es zu erkennen, dass für knapp ein Drittel der Strandurlauber (31,3%) der Aspekt der Nachhaltigkeit bzw. Umweltfreundlichkeit keine große Rolle spielt (siehe Abb. 7). Eine andere Zahl der Nachhaltigkeits-Nicht-Interessierten wird in einem Bericht der Reiseanalyse 2014 bezüglich aller deutschen Urlauber genannt. Laut dieser Umfrage gaben nur 15% der Befragten an, dass Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen ihnen persönlich nicht wichtig sei (vgl. F.U.R. 2014).

Über 30% der Strandurlauber würden jedoch in Fragen des nachhaltigen Reisens mehr informiert werden. Auch in diesem Fall scheinen die Ergebnisse der Reiseanalyse positiver zu sein: 43% der deutschen Befragten wünschen sich zum Thema mehr Information. 32% der deutschen Bevölkerung und nur 26,7% der befragten Strandurlauber würden nachhaltige Reisen buchen,

wenn das Angebot größer wäre (vgl. ebd.). Es wird also deutlich, dass die Nachhaltigkeit für Strandurlauber eine etwa unwichtigere Rolle spielt, als für die allgemeinen deutschen Urlauber.

Überraschend ist das Ergebnis, was Zahlungsbereitschaft für eine nachhaltige Reise angeht. Die Studie der Reiseanalyse zeigte, dass „12% der Bevölkerung bereit wären, „gern etwas mehr“ für eine Urlaubsreise auszugeben, wenn der Reiseveranstalter sich nachweislich in Sachen Nachhaltigkeit engagiert“ (ebd.). Die Strandurlauber, die sich für die Fragen der Nachhaltigkeit im Durchschnitt weniger interessieren, wie oben erläutert wurde, weisen eine höhere Zahlungsbereitschaft auf: 22% der Befragten würden etwas mehr Geld für eine nachhaltige Reise bezahlen.

Abb. 7: Welche Aussage trifft auf Sie zu? (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)



Quelle: eigene Darstellung

Über ein Fünftel der Strandurlauber (20,8%) gab an, dass ihr Urlaub meistens umweltfreundlich bzw. nachhaltig gestaltet sei. Verglichen mit der obengenannten Studie können hier Parallelen gezogen werden: 22% der deutschen Bevölkerung achten bei Urlaubsreisen immer sehr auf Nachhaltigkeit (vgl. ebd.). Außerdem wurde in der vorliegenden Umfrage festgestellt, dass 16% der Befragten bei manchen Aspekten wie zum Beispiel Unterkunftssuche Wert auf Umweltfreundlichkeit legen. Die wenigsten Probanden (2,6%) waren mit der folgenden Behauptung einverstanden: „Die Folgen des Klimawandels sind noch nicht kritisch. Das ist eine Frage der Zukunft“.

In diesem Abschnitt der Arbeit wird auch auf die Bereitschaft der Strandurlauber zur nachhaltigeren Reisegestaltung näher eingegangen. Es wurde untersucht, wie nachhaltig die Urlauber zurzeit verreisen, was sie in ihrem Reiseverhalten in Zukunft ändern würden und auf was sie nicht verzichten möchten. Die Mehrheit der Befragten (70,5%) achtet auf die Sozialverträglichkeit im Urlaub und unterstützt die Region wirtschaftlich, in dem sie kleine Lokale der Einheimischen mit den typischen Gerichten bevorzugen. 16,2% der Urlauber würden diesen Aspekt ab der nächsten Reise oder in späterer Zukunft berücksichtigen. Ziemlich gleiche Einstellung haben die Strandurlauber zur Durchführung hauptsächlich „sanften“ Aktivitäten vor Ort (z.B. schwimmen, Rad fahren, wandern usw.): 68% der Befragten tun das jetzt schon und 15,6% der Teilnehmer würden es zukünftig machen. Ein Großteil der Strandurlauber (67,1%) trägt zur Nachhaltigkeit indem bei, dass sie auf Wasser- und Stromverbrauch vor Ort achtet. Jeder zehnte Urlauber (10%) möchte jedoch auch in der Zukunft diesen Aspekt nicht berücksichtigen wollen. Hinsichtlich der All-Inclusive-Verpflegung gibt es eine folgende Tendenz: Entweder verzichten die Strandurlauber jetzt schon auf dieses Angebot (53,6%) oder sie wollen es überhaupt nicht tun (25,5%). 12,5% der Probanden waren unentschlossen. Eine höhere Standardabweichung (1,61) beweist die Uneinigkeit der Befragten. Unterschiedliche Meinungen gab es zur Option „Eine lange Reise statt mehrere kurze“: 38,1% der Strandurlauber bevorzugen jetzt schon einen aber längeren Urlaub, 16,8% der Befragten wollen es in späterer Zukunft tun, jeder Fünfte (20,8%) ist überhaupt nicht bereit dafür und 18% der Urlauber gaben eine Kategorie „weiß nicht/ werde darüber nachdenken“ an. Eine niedrigere Bereitschaft der Urlauber ist zur Bevorzugung der Ziele in der Nähe statt Fernziele zu beobachten: Ein Großteil der Befragten (31,3%) will in der Zukunft keine Nahziele bevorzugen und nur 30,3% der Urlauber achten darauf heutzutage. Sehr unentschlossen waren die Probanden in der Frage der Nutzung umweltfreundlicher Unterkünfte (kleine Ökohotels, Ferienwohnungen usw.): 26,5% der Strandurlauber nehmen schon heute die umweltfreundlicheren Unterkünfte in Anspruch, ein Viertel der Teilnehmer (25,5%) gab keine konkrete Information an bzw. wollte darüber nachdenken, noch ein Viertel (25,3%) möchte in der Zukunft auf andere Unterkünfte nicht verzichten und 17,5% der Befragten würden diese Unterkünfte in späterer Zukunft bevorzugen. Hinsichtlich der Kompensation der CO₂-Emissionen des Fluges (z.B. bei atmosfair) lassen sich die folgenden Rückschlüsse ziehen: Die meisten Strandurlauber (41,6%) haben vermutlich nur ungenügend Wissen über solche Projekte und kreuzten daher eine Antwortkategorie „weiß nicht/ werde darüber nachdenken“ an. 28,7% der Befragten wären auch in der Zukunft nicht bereit einen Klimaschutzbeitrag dieser Art zu bezahlen. Wichtig zu erwähnen ist, dass fast jeder Zehnte Strandurlauber (9,6%) seine CO₂-Emissionen des Fluges schon heute kompensiert. In diesem Zusammenhang ist eine positive Tendenz zu sehen:

Im Jahr 2007 zahlten nur 2,7% der deutschen Urlauber die Kompensationsbeiträge beim Flug (vgl. WWF 2009a). Der absolute Verzicht auf die Flugreisen im Tourismus ist für die meisten Strandurlauber nicht vorstellbar: Über die Hälfte der Befragten (55,4%) möchte in der Zukunft weiterhin fliegen. Allerdings verzichten 11,9% der Probanden jetzt schon auf die Flugreisen.

Im Rahmen der Umfrage sollte man erfahren, welche Aspekte die Strandurlauber motivieren könnten die Urlaubsziele in ihrer Nähe zu wählen. Durch die ersparten CO₂-Emissionen, die während der An- und Abreise entstehen, könnten die Urlauber einen wesentlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten. Fast die Hälfte der deutschen Strandurlauber (48,9%) würden die Nahziele in Anspruch nehmen, wenn die Preise für diesen Urlaub günstiger wären¹⁴. Ein Großteil der Befragten (42,5%) möchte jedoch unter keinen Umständen auf die Fernreisen verzichten. Die Ankunftszeit spielt für Urlauber eine wichtige Rolle: Schnellere Ankunft zum Zielort könnte vier von zehn Probanden (40,3%) motivieren nähere Urlaubsziele auszuwählen. Ein Fünftel der Teilnehmer (20%) würde mehr Urlaub in der Nähe machen, wenn das Freizeitprogramm vor Ort abwechslungsreicher wäre. Für 13,2% der Befragten wäre mehr Information über nachhaltigen Tourismus ein Grund, die Fernreise zu reduzieren bzw. auf sie zu verzichten. 6,6% der Strandurlauber gaben andere Gründe an, von welchen „besseres Wetter“ am häufigsten genannt wurde.

Bezüglich der nahliegenden Urlaubsregionen (deutsche Nordsee- und Ostseeküsten, Südwestfrankreich, Nordspanien und Norditalien/Kroatien), die als Alternative für Fernziele gelten könnten, ergaben sich keine deutlichen Tendenzen. Zu bemerken ist, dass Norditalien und Kroatien für Strandurlauber von den fünf genannten Regionen am attraktivsten erscheinen (Für 26,5% des Befragten gilt diese Region als eine Alternative), gefolgt von der deutschen Ostseeküste (24,7% der Nennungen). Südwestfrankreich zusammen mit der deutschen Nordseeküste wurden von den Urlaubern etwa niedriger eingestuft.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Aspekte der Nachhaltigkeit für viele Strandurlauber keine wichtige Rolle spielen und dass der durchschnittliche deutsche Urlauber etwa nachhaltiger verreist als ein Strandurlauber. Trotzdem sind einige positive Tendenzen (z.B. eine relativ hohe Zahlungsbereitschaft für einen nachhaltigen Urlaub) zu erkennen. Außerdem gibt es zahlreiche Strandurlauber, die auf die Umweltfreundlichkeit und Sozialverträglichkeit Wert legen bzw. in Zukunft legen würden, wenn sie zum Beispiel in Fragen der Nachhaltigkeit besser informiert werden und das Angebot für nachhaltige Reisen sich erweitern würde.

¹⁴ Mehrfachnennung möglich.

5.2 Typen der Strandurlauber

Im Folgenden werden alle Befragten in die verschiedenen Strandurlaubertypen segmentiert. Nachdem die Gesamtauswertung der Ergebnisse anhand der relativen Häufigkeiten erfolgte, wurde eine multivariate Analyse angewendet.

Insgesamt ließen sich vier verschiedene Strandurlauber-Profile ausmachen. Diese charakteristischen Typen unterscheiden sich jeweils in ihrem Antwortverhalten von den anderen Gruppen. Die vier Profile werden in diesem Abschnitt der Arbeit abgebildet und in Bezug auf ihre Reiseverhalten und Einstellung zur Nachhaltigkeit bewertet.

5.2.1 Typ der Strandurlauber „Deutschland“ (nachhaltiger Typ)

Die Befragten, die Deutschland als Reiseziel für ihren Strandurlaub bevorzugen, sind nachhaltiger als alle andere Teilnehmer der Umfrage. Nachdem die Ergebnisse nach Reiseziel „Deutschland“ gefiltert wurden, lässt sich dieser Urlaubstyp mit den durchschnittlichen Werten vergleichen. Die Strandurlauber dieser Gruppe wählen gerne die Nahziele aus: Wenn der Urlaub nicht zuhause stattfindet, dann in Europa. Die Dauer desurlaubes ist in der Regel unter 10 Tage (55,9%). Die wichtigsten Reisemotive sind für diesen Typ „Entspannung, Ruhe“ (87,3%), „Sonne, Strand“ (83,3%) und „Naturerlebnis“ (55,9%). Diese Strandurlauber verreisen am besten mit der Familie (58,8%) und stellen ihre Reise selber zusammen (66,7%). Die meisten Befragten machen ihren Strandurlaub in Deutschland einmal im Jahr (50%) oder öfter (23,5%). Dafür verreisen sie aber seltener in Europa und in die Fernziele als ein durchschnittlicher Strandurlauber. Die Mobilität dieser Gruppe lässt sich als umweltfreundlich bezeichnen: Das ist die einzige Gruppe, die meistens mit dem Auto (74,4%) und nicht mit dem Flugzeug (52,9%) verreist. Sehr häufig wird von diesem Strandurlaubertyp die Bahn (21,6%) als Hauptverkehrsmittel genutzt. Die typischen Unterkünfte dieser Touristen sind umweltfreundlicher als von einem durchschnittlichen Strandurlauber – öfter Ferienwohnungen, Appartements (70,6%), Campingplätze (24,5%), Pensionen (13,7%) und seltener 4- oder 5-Sterne-Hotels (27,5%). Die Mehrheit bucht keine Verpflegung (54,9%) und kann auf All-Inclusive-Angebot verzichten. In ihrer Freizeit gehen diese Strandurlauber sehr oft wandern und spazieren. Des Weiteren weist diese Gruppe mehr Kontakt zu den Einheimischen auf als im Durchschnitt. Zu berücksichtigen ist, dass in diesem Fall die Kommunikation durch die Sprachprobleme nicht eingeschränkt ist. Viele gaben an, dass ihr Urlaub meistens nachhaltig gestaltet ist (26,5%) oder dass sie manche Aspekte der Umweltfreundlichkeit berücksichtigen (29,4%). Die Bereitschaft mehr Geld für eine nachhaltige Reise zu zahlen ist sehr hoch (28,4%). Ein Großteil dieser Urlauber kann leichter auf die Fernziele, Flugreisen und All-Inclusive-Verpflegung verzichten oder macht das schon heute. Sie achten auf Wasser- und Stromverbrauch

vor Ort (76,5%), bevorzugen „sanfte“ Aktivitäten (82,3%) und kompensieren oft die CO₂-Emissionen des Fluges (18,6%). Jedenfalls würden die günstigeren Preise (65,6%) und die schnellere Ankunft zum Zielort (65,7%) die Befragten noch mehr motivieren, ihren Urlaub in der Nähe zu verbringen. Vor allem ist die deutsche Ostseeküste für diese Urlauber besonders attraktiv. Für zwei Drittel der Befragten gilt diese Region als eine Alternative für ihren Strandurlaub. Die deutsche Nordseeküste steht mit 43,1% der Nennungen an zweiter Stelle. Die Befragten dieses Urlaubstyps sind im Durchschnitt älter: 61,8% der Urlauber sind im Alter von 35 bis 65 Jahre¹⁵. Sie kommen überwiegend aus den nördlichen Bundesländern wie Niedersachsen (20,6%) und Bremen (20,6%) und sehr selten aus Baden-Württemberg (6,7%) und Bayern (2%).

5.2.2 Typ der Strandurlauber „Europa“ (potenziell nachhaltiger Typ)

Die Strandurlauber dieser Gruppe fahren gerne nach Italien oder andere europäischen Länder wie zum Beispiel Frankreich oder Kroatien. Sie legen weniger Wert auf Nachhaltigkeit als die Deutschland-Urlauber, sind aber umweltfreundlicher als die anderen zwei Typen. Dadurch, dass diese Urlauber auch oft Spanien als Reiseziel wählten, lassen sich die Antworten nur schwer voneinander abgrenzen. Nichtsdestotrotz sind bestimmte Tendenzen zu erkennen.

Die Reisedauer dieses Typs ist wie bei einem durchschnittlichen Befragten oder kürzer. Die Mehrheit von den Probanden verreist gerne mit dem Freund/in oder Lebenspartner/in. Die Motive „Sonne, Strand“, „Entspannung, Ruhe“ und „gutes Essen“ sind von großer Bedeutung für diese Gruppe. Ca. 69% dieser Teilnehmer machen ihren Strandurlaub einmal im Jahr oder öfter in den europäischen Ländern, dafür fliegen sie ziemlich selten in die Ferne: 37,6% der Urlauber, die die Kategorie „andere europäische Länder“ ankreuzten, machten noch nie eine Fernreise für einen Strandurlaub. Im Vergleich zu den allgemeinen Strandurlaubern stellen die Befragten dieses Profils öfter ihre Reise zusammen und buchen weniger Pauschalreisen. Obwohl das Flugzeug ein Hauptverkehrsmittel dieser Probanden ist, wird es im Durchschnitt seltener genutzt. Die Urlauber sind öfter mit dem Auto unterwegs (54,2% der Italien-Urlauber und 62,4% der Resteuropa-Urlauber). Für 18,6% der Liebhaber von Italien ist die Bahn ein Hauptverkehrsmittel bei der An- und Abreise zum Zielort. Lieblingsunterkünfte dieses Typs sind Ferienwohnungen/ Appartements (ca. 63% der Nennungen) und 4- oder 5-Sterne-Hotels (ca. 46%). Überdurchschnittlich oft werden von dieser Gruppe Campingplätze genutzt (ca. 24%), die als eine umweltfreundlichere Alternative gelten. Hinsichtlich der Verpflegung ergibt sich kein klares Bild: Die Italien-Urlauber bevorzugen Halbpension (45,8%) oder nur Frühstück (40,7%), die Besucher anderer europäischer Länder

¹⁵ Aufgrund einer ungenügenden Anzahl der Teilnehmer über 65 Jahre, kann man über diese Altersgruppe keine Rückschlüsse ziehen.

buchen keine Verpflegung (45,3%) oder All-Inclusive (32,5%). Es lässt sich feststellen, dass die Befragten dieser Gruppe sehr oft in Restaurants/ Cafés essen gehen, öfter als im Durchschnitt Sport treiben und Wellness-Angebote in Anspruch nehmen. Generell haben sie etwas weniger Kontakt mit den Einheimischen als ein typischer deutscher Strandurlauber, legen aber mehr Wert auf die Nachhaltigkeit. Besonders für die Italien-Urlauber spielt ein nachhaltiger Urlaub eine wichtigere Rolle: Jeder Dritte (33,9%) würde eine nachhaltige Reise buchen, wenn das Angebot größer wäre, 30,5% der Befragten würden dafür mehr Geld zahlen wollen, und nur ein Viertel der Teilnehmer (24,4%) ist in Fragen der Nachhaltigkeit weniger interessiert. Viele Urlauber dieses Typs sind bereit auf die Fernziele, Flüge und All-Inclusive-Verpflegung zu verzichten, sie unterstützen dabei die Lokale der Einheimischen, bevorzugen „sanfte“ Freizeitaktivitäten und kompensieren öfter die CO₂-Emissionen. Über die Hälfte der Befragten würden mehr Urlaub in der Nähe machen wollen, wenn die Preise für diese Reisen günstiger wären. Für 46% der Teilnehmer wäre eine schnellere Ankunft zum Urlaubsziel entscheidend. Die meisten Probanden dieser Gruppe (91,5% bzw. 82,9%) würden Norditalien oder Kroatien als Alternative für einen Strandurlaub betrachten. Ein typischer Urlauber dieses Profils ist jung (unter 35 Jahren), hat einen Hochschulabschluss und ist berufstätig oder Student. Die Italien-Urlauber kommen meistens aus südlichen Bundesländer Baden-Württemberg und Bayern, die Europa-Urlauber – aus Bremen, Baden-Württemberg oder Nordrhein-Westfalen.

5.2.3 Typ der Strandurlauber „Spanien/ Türkei/ Nordafrika“ (nicht-nachhaltiger Typ)

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass die Strandurlauber, die gerne nach Spanien inkl. Kanaren, in die Türkei oder in die nordafrikanischen Länder (Ägypten, Tunesien, Marokko) fliegen, am wenigsten auf die nachhaltige Urlaubsgestaltung achten. Die Reiseziele dieser Gruppe lassen sich kaum austauschen: Zum Beispiel bleiben die Spanien-Urlauber ihrem Reiseziel treu und haben nur selten andere Alternativen. Im Durchschnitt bleiben diese Reisende unter 10 Tage vor Ort, nur die Nordafrika-Urlauber handeln nachhaltiger und genießen ihren Urlaub meistens 10 bis 14 Tage (48,9%). Die meistgenannten Urlaubsmotive sind „Sonne, Strand“, „Entspannung, Ruhe“ und „gutes Essen“. Am liebsten verreisen diese Strandurlauber mit dem Freund/in oder Lebenspartner/in und machen ihren Urlaub einmal im Jahr oder öfter. Generell lässt sich sagen, dass dieser Typ gerne Pauschalreisen bucht. So stellen nur 23% der Türkei-Urlauber ihre Reise selber zusammen, 43,2% buchen die Pauschalreise im Reisebüro und 36,5% - online. Das Flugzeug ist mit Abstand das wichtigste Verkehrsmittel für diese Strandurlaubergruppe: 92-98% aller Befragten dieses Profils sind hauptsächlich mit dem Flugzeug unterwegs. Die beliebteste Unterkunft dieser Urlauber sind 4- oder 5-Sterne-Hotels. Besonders für die Türkei-Urlauber spielt

dieser Art der Unterkunft eine wichtige Rolle (86,5% der Nennungen). Hinsichtlich der Verpflegung sind zwischen den Regionen einige Unterschiede zu erkennen: Bei den Türkei- und Nordafrikurlaubern dominiert die Wahl des All-Inclusive-Angebotes (79,7% und 73,3% dementsprechend) und bei den Spanien-Urlaubern – Halbpension mit 43 bzw. 46% der Nennungen. Auch bei den Freizeitaktivitäten wird kaum auf die Umweltfreundlichkeit geachtet: Die Liebhaber von Spanien mieten überdurchschnittlich oft ein Auto für die Ausflüge oder machen gerne die Bootsfahrten oder Wale- und Delphine-Beobachtungstouren; die Türkei- und Nordafrikafans bevorzugen die Wellness-Angebote und machen nur selten Wanderungen. Im Durchschnitt gibt es weniger Kontakt zu den Einheimischen (besonders bei den Spanien-Urlaubern), der meistens durch die Dienstleistungen (Unterkunft, Restaurants usw.) geknüpft wird. Nur bei den Nordafrika-Urlaubern ist eine andere Tendenz zu beobachten: Die meisten Befragten (42,2%) unterhalten sich oft und gerne mit den Einheimischen. Die Ergebnisse der Umfrage beweisen noch mal, dass diese Gruppe der Strandurlauber auf die Nachhaltigkeit wenig achtet. Für viele Befragten, besonders für die Spanien- (außer Kanaren) und Türkeiurlauber (38,2% und 37,8% der Nennungen dementsprechend) spielt Nachhaltigkeit im Urlaub keine große Rolle. Nur wenige Teilnehmer gaben an, dass ihr Urlaub nachhaltig gestaltet wird oder dass sie bei manchen Aspekten Wert auf Umweltfreundlichkeit legen. Bemerkenswert ist, dass dieser Urlaubstyp sich jedoch für den nachhaltigen Tourismus interessiert. Vorbildlich sind hier die Kanaren-Urlauber: 42,1% der Befragten möchten zum Thema mehr informiert werden und 35,7% würden einen nachhaltigeren Urlaub buchen, wenn das Angebot größer wäre. Allerdings wären viele Urlauber auch in der Zukunft nicht bereit ihr Reiseverhalten nachhaltiger zu gestalten: Auf die Flugreisen, Fernziele, komfortable Hotels und All-Inclusive-Verpflegung möchte ein Großteil der Befragten nicht verzichten. Diejenigen Teilnehmer, die auf die Fernziele verzichten würden, könnten die günstigeren Preise (45,9% - 58,8% je nach Reiseziel), aber auch die Schnelligkeit der Ankunft (26,7% - 43%) motivieren, den Urlaub in der Nähe zu machen. Norditalien und Kroatien wären für diese Gruppe die attraktivsten nachhaltigeren Alternativen.

Generell lässt sich feststellen, dass in diesem Profil die weiblichen Befragten leicht überpräsentiert sind und dass der Anteil der 18-25-jährigen höher als im Durchschnitt ist. Besonders beliebt ist bei den jüngsten Urlaubern die Türkei. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten haben weniger Urlauber aus dieser Gruppe den Hochschulabschluss. Zu berücksichtigen ist, dass zu diesem Typ viele junge Leute gehören, die zurzeit noch studieren. Die meisten Urlauber kamen aus Nordrhein-Westfalen, Bremen und Niedersachsen.

5.2.4 Typ der Strandurlauber „Fernziele“ (gemischter Typ)

Die Befragten dieses Profils reisen für ihren Strandurlaub nach Asien (z.B. Thailand, Indien, Bali) oder wählen die anderen Fernziele (z.B. USA). Dieser Typ der Urlauber kann nicht eindeutig charakterisiert werden: Die meisten Strandurlauber legen sehr wenig Wert auf Umweltfreundlichkeit, achten aber mehr auf die soziale Verträglichkeit und zeigen Interesse an der Kultur des Landes.

Als umweltfeindlich kann die Tatsache bezeichnet werden, dass ein Großteil der Befragten regelmäßig in die Ferne fliegt. Zum Beispiel 61,7% der Fernziele-Urlauber gönnen sich eine Reise in die Ferne einmal jährlich oder öfter. Wie im Unterkapitel 2.4.1 verdeutlicht wurde, verursachen die Fernreisen mit Abstand die höchsten CO₂-Emissionen. Dabei möchten diese Strandurlauber in der Zukunft weder auf den Flug (ca. 74% der Nennungen) noch auf die Fernziele selbst (ca. 63%) verzichten. Selbstverständlich zählt das Flugzeug zu einem Hauptverkehrsmittel in dieser Gruppe (97,5%). Der Urlaub dieser Befragten ist im Durchschnitt länger: So gibt es mehr Leute, die vor Ort über 14 Tage bleiben. Die meisten Teilnehmer verbringen ihren Urlaub mit dem Freund/in oder Lebenspartner/in und stellen ihre Reise selbstständig zusammen (über 60% der Nennungen). Lieblingsunterkunft dieses Typs ist ein 4- oder 5-Sterne-Hotel (54 bzw. 59%), gefolgt von den Ferienwohnungen und Appartements. Bemerkenswert ist, dass 28,2% der Asien-Urlauber sehr oft in den umweltfreundlicheren Hostels und Jugendherbergen übernachten. Unterschiedlich sind die Vorlieben zur Art der Verpflegung: Die Asien-Urlauber bevorzugen nur Frühstück (51,3%) und All-Inclusive-Angebot spielt für sie eine kleinere Rolle (28,2% der Nennungen), während für die Liebhaber anderer Fernziele All-Inclusive-Verpflegung an der ersten Stelle steht (45,7%). Öfter als im Durchschnitt werden solche Freizeitaktivitäten als Bootsfahrten/ Wale- und Delphine-Beobachtungstouren, Besuch von Aqua- und Freizeitparks, Wellness/ Sauna und besonders Auto mieten für die Ausflüge unternommen, die meistens stark die Umwelt beeinträchtigen. Im Vergleich zu dem durchschnittlichen Strandurlauber handelt dieser Typ seltener nachhaltig: Weniger Befragte (17,9% der Asien-Urlauber und 11,1% der anderen Fernziele-Urlauber) wählten die Kategorie „Mein Urlaub ist meistens umweltfreundlich bzw. nachhaltig gestaltet“ aus. Für die Mehrheit (33,3% bzw. 40,7%) spielt Nachhaltigkeit im Urlaub keine große Rolle. Wobei die Asien-Urlauber legen generell mehr Wert darauf und würden für eine nachhaltige Reise auch mehr Geld bezahlen wollen (28,2%). Das Interesse an Nachhaltigkeit ist jedoch bei den Fernziele-Urlaubern größer: Ein breiteres Angebot an nachhaltigen Reisen und mehr Information zum Thema würden eventuell ihr Reiseverhalten ändern.

Tab. 3: Vier Typen der Strandurlauber. Die Tendenzen im Reiseverhalten

	Typ „Deutschland“	Typ „Europa“	Typ „Spanien/ Türkei/ Nordafrika“	Typ „Fernziele“
Anzahl der Nennungen¹⁶	11%	19%	49%	13%
andere Ziele	Spanien, andere europäische Länder	Spanien	austauschbar untereinander	Spanien
Reisedauer	kürzer	durchschnittlich oder kürzer	kürzer, nur bei Nordafrika länger	länger
wichtigste Urlaubsmotive	„Entspannung, Ruhe“, „Sonne, Strand“, „Naturerlebnis“	„Sonne, Strand“, „Entspannung, Ruhe“, „gutes Essen“	„Sonne, Strand“, „Entspannung, Ruhe“, „gutes Essen“	„Sonne, Strand“, „Entspannung, Ruhe“, „Kultur und Traditionen des Landes“
Urlaub mit...	Familie	Freund/in oder Lebenspartner/in	Freund/in oder Lebenspartner/in	Freund/in oder Lebenspartner/in
Art der Reise	Individualreise	Individualreise	Pauschalreise	Individualreise
Hauptverkehrsmittel	Auto	Flugzeug	Flugzeug	Flugzeug
Unterkunft	Ferienwohnung/ Appartement	Ferienwohnung/ Appartement	4- oder 5-Sterne- Hotel	4- oder 5-Sterne- Hotel
Verpflegung	keine	Halbpension/ keine	All-Inclusive/ Halbpension	nur Frühstück/ All- Inclusive
Kontakt zu den Einheimischen	viel	eher weniger	weniger, nur bei Nordafrika mehr	viel
Rolle der Nachhaltigkeit im Urlaub	große	durchschnittlich, aber großes Interesse	kleinere, aber großes Interesse	kleinere, aber Interesse vorhanden
attraktivste Alternative	Deutsche Ostseeküste	Norditalien/ Kroatien	Norditalien/ Kroatien	Norditalien/ Kroatien
Soziodemographie	älter, durchschnittliche Bildung	jünger, höhere Bildung	jünger, niedrigere Bildung	jünger, höhere Bildung

Quelle: eigene Darstellung

Positiv zu bemerken ist, dass die Strandurlauber dieses Profils mehr auf andere Aspekte der Nachhaltigkeit (eher unbewusst) achten. Das Urlaubsmotiv „Kultur und Traditionen des Landes oder der Region“ steht bei den Befragten an der dritten Stelle. Die meisten Urlauber dieser Gruppe suchen nach Kontakt mit den Einheimischen: 35,9% bzw. 34,6% der Befragten unterhalten sich oft und gerne mit der Bevölkerung über die verschiedensten Themen. Außerdem bevorzugen 84,6% der Asien-Urlauber und 71,6% der Fernziele-Urlauber die kleinen Lokale der Einheimischen mit den typischen Gerichten, wodurch sie die Leute vor Ort unterstützen und die Wirtschaft der Region stärken. Die männlichen Teilnehmer sind in diesem Typ öfter als im

¹⁶ Die restlichen 8% der Befragten wählten Kategorien „keine Lieblingsziele“ oder „andere“ aus.

Durchschnitt präsentiert. Diese Strandurlauber sind jung (die meisten sind von 18 bis 35 Jahren), besitzen öfter einen Hochschulabschluss (besonders die Asien-Urlauber), sind berufstätig oder Studenten und kommen oft aus Baden-Württemberg.

In der Tabelle 3 sind die wichtigsten Merkmale der vier Strandurlauber-Typen aufgeführt. Aus der Tabelle geht hervor, dass fast die Hälfte der Strandurlauber zu dem nicht-nachhaltigen Typ (Spanien-, Türkei- und Nordafrikaurlauber) gehört. Die meisten CO₂-Emissionen verursacht jedoch der Typ „Fernziele“. Und umgekehrt kommt der nachhaltige Typ „Deutschland“ am seltensten vor. Zu berücksichtigen ist, dass diese Ergebnisse verallgemeinert wurden und in jeder Gruppe jedoch Unterschiede zu erkennen sind.

5.3 Spezifische Ergebnisse und Zusammenhänge

Die Ergebnisse der Umfrage vermitteln, dass Frauen mehr Wert auf Nachhaltigkeit legen, als Männer. 22,9% der weiblichen und nur 16,9% der männlichen Teilnehmer gaben an, dass ihr Urlaub meistens umweltfreundlich bzw. nachhaltig gestaltet ist. Dagegen spielt der Aspekt der Nachhaltigkeit für 41,2% der Männer und nur 27,5% der Frauen keine große Rolle. 28,1% der Frauen und 22,8% der Männer waren mit der folgenden Aussage einverstanden: „Ich würde eventuell nachhaltige Reisen buchen, wenn Reisebüros/ Reiseveranstalter mehr davon anbieten würden“. Fast jede dritte weibliche Befragte (32,2%) und nur jeder vierte Mann möchte in Fragen des nachhaltigen Reisens mehr informiert werden. Bemerkenswert ist, dass Frauen öfter als Männer eine Pauschalreise online buchen (24,9% gegen 16,9%) und seltener ihre Reisen selbst zusammenstellen (49,6% gegen 61,8%).

Das Reiseverhalten und die Einstellung zur Nachhaltigkeit hängen vom Alter der Urlauber ab. Generell kann man behaupten, dass mit zunehmendem Alter die Strandurlauber nachhaltiger verreisen¹⁷. Die jüngsten Befragten (18-25 Jahre) bevorzugten Spanien, europäische Länder und die Türkei für ihren Strandurlaub, bleiben kürzer vor Ort, buchen öfter Pauschalreisen, übernachten in 4- oder 5-Sterne-Hotels mit All-Inclusive-Verpflegung und haben wenig Kontakt zu den Einheimischen. Nur die wenigsten achten im Urlaub auf Nachhaltigkeit. Allerdings hat diese Altersgruppe am meisten Interesse an nachhaltigeren Reisen. So, möchten 41,8% der jungen Leute in Fragen der Nachhaltigkeit mehr informiert werden. Im Vergleich zu den älteren Urlaubern spielt hier der Kostenfaktor eine große Rolle: Wenn die Preise günstiger wären, würden 60,4% der jungen Befragten eher eine Reise in ihrer Nähe buchen wollen. Die Befragten im Alter von 50 bis 65 Jahren wählen Spanien seltener für ihren Urlaub, aber öfter Deutschland. Die Urlaubsdauer ist

¹⁷ Über die Altersgruppe „über 65 Jahre“ sind keine Rückschlüsse möglich.

deutlich länger als bei den jungen Befragten, sie benutzen oft die Bahn um das Reiseziel zu erreichen, bevorzugen Ferienwohnungen ohne Verpflegung und unterhalten sich oft und viel mit den Einheimischen. 29,5% dieser Urlauber gaben an, dass ihre Reisen meistens nachhaltig gestaltet sind.

Des Weiteren wurde analysiert, ob das Reiseverhalten von der Bildung beeinflusst wird. Die Befragten mit einem Hauptschulabschluss oder Realschulabschluss können als typische Pauschalurlauber identifiziert werden: Sie verbringen ihren Urlaub in Spanien oder Nordafrika, bevorzugen komfortable Hotels mit All-Inclusive-Verpflegung, haben weniger Interesse an Nachhaltigkeit und sind seltener bereit, mehr Geld für eine nachhaltige Reise zu zahlen. Die Teilnehmer mit einem Hochschulabschluss verreisen in Spanien oder in anderen europäischen Ländern, stellen ihre Reise selber zusammen und bevorzugen Ferienwohnungen ohne Verpflegung. 35,9% dieser Urlauber möchten mehr Information zum Thema „Nachhaltiges Reisen“ erhalten und 37,1% würden mehr Geld für einen nachhaltigeren Urlaub bezahlen. (Höchstwahrscheinlich haben sie ein höheres Einkommen als die Teilnehmer mit einfacherer Bildung).

Ein interessantes Ergebnis ist, dass die Strandurlauber, die eine höhere Zahlungsbereitschaft für einen nachhaltigen Urlaub aufweisen, alle Altersklassen präsentieren. Das bedeutet, dass auch junge Leute bereit wären mehr Geld für den nachhaltigen Tourismus zu bezahlen. Allerdings hat diese Kategorie der Befragten eine höhere Bildung: 57,3% besitzen einen Hochschulabschluss.

Wichtig zu erwähnen ist auch, dass die Resultate der Untersuchung manchmal einen Widerspruch zwischen der Einschätzung der Befragten ihres Reiseverhaltens und einem tatsächlichen Verhalten aufwiesen. Zum Beispiel war es bei den Türkei- und Nordafrika-Urlaubern offensichtlich. Die meisten Teilnehmer, die mit der Aussage „Mein Urlaub ist meistens umweltfreundlich bzw. nachhaltig gestaltet“ einverstanden waren, bevorzugten Fernziele, flogen überdurchschnittlich oft, wollten auf die Flugreisen eher nicht verzichten und suchten sich meistens 4- oder 5-Sterne-Hotels mit All-Inclusive-Verpflegung aus. Die Mehrheit von denen war über 35 Jahren und hatte eine deutlich niedrigere Bildung. Von daher kann davon ausgegangen werden, dass manche Teilnehmer der Befragung nicht genug Wissen über nachhaltiges Reisen besaßen, um ihr Reiseverhalten korrekt einzuschätzen.

6 Handlungsempfehlungen

Um den nachhaltigen Tourismus zu stärken, müssen zahlreiche Maßnahmen ergriffen werden. In diesem Kapitel werden Handlungsempfehlungen für verschiedene touristische Akteure abgeleitet.

6.1 Handlungsempfehlungen für Strandurlauber

Der Urlauber selber ist zum Großteil dafür verantwortlich, ob seine Reise nachhaltig gestaltet wird oder nicht. Durch die Auswahl des Reiseziels, Verkehrsmittels, der Unterkunft usw. entscheidet er, wie umweltfreundlich und sozialverträglich sein Urlaub durchgeführt wird. Die Ergebnisse der Umfrage zeigten, dass über die Hälfte der Strandurlauber ihre Reise selbstständig zusammenstellen. Dies bedeutet, dass sie von den Angeboten der Reisebüros/ Reiseveranstalter unbeeinflusst bleiben und ihre Entscheidungen selber treffen. Im Sinne der Nachhaltigkeit sollten diese Urlauber bei der Planung und Durchführung der Reise die folgenden Ratschläge in Betracht ziehen.

Der wichtigste Faktor in diesem Handlungsfeld ist die Festlegung des Reiseziels. Aus den Ergebnissen der Untersuchung ist zu erkennen, dass die Strandurlauber, um besseres Wetter genießen zu können, überdurchschnittlich oft in die Ferne fliegen. Die klimaschädlichen Emissionen lassen sich um das sechsfache reduzieren, wenn man den Strandurlaub statt in der Karibik auf Mallorca verbringt (siehe Abb. 2, S. 16). Die Urlauber, die im Winter auf der Suche nach Strand und Sonne sind, müssen nicht nach Thailand oder in die Dominikanische Republik fliegen, sondern können sich auf den Kanaren erholen, die nicht so weit entfernt sind. Am besten sind allerdings die Ziele, die mit Bahn oder Bus erreicht werden können.

Mehr als jeder zweite Strandurlauber (55,4%) hat nicht vor, in Zukunft auf Flugreisen zu verzichten. Für diese Kategorie der Reisenden ist es empfehlenswert, sich über die Zahlungen eines Klimaschutzbeitrages als Ausgleich für den CO₂-Verbrauch des Fluges Gedanken zu machen. Mehr Information bekommt man auf den Internetseiten der folgenden Anbieter: atmosfair, My Climate, go Climate, Greenmiles, CO2OL usw. Wichtig zu berücksichtigen dabei ist, dass die Kompensationsprojekte mit Gold Standard Zertifikat ausgezeichnet sein sollen.

Die meistausgewählte Unterkunft der deutschen Strandurlauber ist ein 4- oder 5-Sterne-Hotel (52,7%), gefolgt von den Ferienwohnungen und -häusern (50,4%). Die beiden genannten Unterkunftsarten weisen negative ökologische Auswirkungen auf: 5-Sterne-Hotels verbrauchen sehr viel Wasser und viel Energie pro Übernachtung (siehe Anhang 2), Ferienwohnungen und -häuser können energieeffizienter sein, sind aber für den Flächenverbrauch verantwortlich (vgl. WWF 2009a/ Becker 2009, S. 289). Bei einer Auswahl einer nachhaltigen Unterkunft sind die

Öko-Siegel/Umweltzertifikate wie Viabono, Klima-Hotels, die Bio-Hotels, Ecocamping e.V., usw. hilfreich, die ökologische, soziale und/oder wirtschaftliche Aspekte berücksichtigen. Zu den umweltfreundlicheren Unterkünften gehören Campingplätze und Hostels. Wer privat bei den Bekannten/ Freunden übernachtet, leistet auch einen Beitrag zur Klimaschonung. Empfehlenswert ist die Online-Plattform Airbnb, welche die Unterkünfte von lokalen Gastgebern zu günstigen Preisen den Reisenden anbietet. Dadurch werden die Einheimischen finanziell unterstützt, und es können soziale Kontakte zwischen dem Gast und Gastgeber geknüpft werden. In diesem Zusammenhang muss betont werden, dass nur die wenigsten Strandurlauber für die obengenannten umweltfreundlichen Unterkunftsarten offen sind. Für 80,3% der Urlauber ist der Komfort der Unterkunft entscheidend und 89% der Befragten buchen diejenigen Unterkünfte, die nah am Strand gelegen sind. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie auf die komfortablen Hotels und Ferienwohnungen verzichten, ist sehr gering.

Laut den Ergebnissen der Umfrage verzichten 53% der Strandurlauber auf die All-Inclusive-Verpflegung, die zu hohem Energieverbrauch und Abfallproduktion führt. Jeder Vierte kann sich allerdings einen Strandurlaub ohne diese Verpflegung auch in der Zukunft nicht vorstellen. Diese Urlauerkategorie sollte das Wegwerfen der Essensreste vermeiden und die Hotels mit einem Umweltsiegel bevorzugen, die möglichst regionale und saisonale Bio-Lebensmittel verwenden.

Die Mehrheit der deutschen Strandurlauber (68,6%) bevorzugen „sanfte“ Freizeitaktivitäten. In Bezug auf die Fortbewegung vor Ort können die Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt werden. Ein Drittel der Strandurlauber, die oft und sehr oft ein Auto für Ausflüge mieten, sollte öfter die öffentlichen Verkehrsmittel nutzen: So lernt man besser das Land und die Leute kennen.

6.2 Handlungsempfehlungen für Destinationen und Anbieter

Nicht nur die Urlauber selbst, sondern auch die Destinationen mit den Anbietern der touristischen Dienstleistungen/ Produkte können einen wesentlichen Beitrag zum nachhaltigeren Strandtourismus leisten. Im Folgenden werden die Handlungsempfehlungen für die in der Arbeit beschriebene Reiseziele separat dargestellt.

Die größte Herausforderung für die **Destination Nordsee- und Ostseeküsten Deutschlands** ist die Verschärfung des Wettbewerbs und die Austauschbarkeit der Reiseziele. Laut den Ergebnissen dieser Arbeit bleibt nur jeder Fünfte Deutsche für einen Strandurlaub im Inland. Seit Jahren weisen fast alle Küstenreiseziele kein kontinuierliches Wachstum des Urlaubsreisevolumens auf. Bei der Region Nordsee/ Schleswig-Holstein folgt seit dem Jahr 2007 eine Phase der Stagnation (vgl. Nordsee Tourismus Service 2014). Auch die Resultate der vorliegenden Untersuchung zeigen,

dass die Nordseeküste nur weniger attraktiv für den Strandurlauber ist. Wenn die deutschen Küstenreiseziele mehr Kunden gewinnen würden, könnten die Auslandsreisen durch Urlaub im Inland ersetzt werden, wodurch eine Reduzierung der klimaschädlichen Emissionen bei der An- und Abreise erreicht werden könnte. Das Potenzial für die Regionen ist hoch, sollte aber effektiver genutzt werden. Handlungsbedarf besteht bei dem Service und Preis-Leistungs-Verhältnis (vgl. ebd.). Diese Arbeit weist nach, dass die günstigeren Preise zur Erhöhung der Übernachtungszahlen im Inland führen können. Außerdem müssen neue Marktanteile gewonnen werden, indem man vor allem die Attraktivität der Region für junge Leute steigert. Die meisten Bedürfnisse der jungen Leute, die in die Türkei, nach Spanien oder Nordafrika fliegen, können auch im Inland erfüllt werden: Komfortable Hotels mit einem All-Inclusive-Angebot (vorzugsweise mit einem Nachhaltigkeits-Label) und eventuell einem Freizeitprogramm/ Nachtleben zu angemessenen Preisen könnten eine neue Zielgruppe sehr gut ansprechen. Hier wären die Marketingstrategien (z.B. Facebook-Präsenz des Reiseziels/ der Unterkunft) von großer Bedeutung.

Hinsichtlich der Unterkünfte können auch Verbesserungsmaßnahmen ergriffen werden. Die meisten Strandurlauber (70,6%) bevorzugen Ferienwohnungen und -häuser für ihre Unterkunft. Die Besitzer dieser Unterkünfte sollten mehr Wert auf die Umweltfreundlichkeit bzw. Nachhaltigkeit legen (z.B. erneuerbare Energieversorgung, umweltfreundliche Bauweise und Einrichtung, Wassersparmaßnahmen usw.). Auf den Internetseiten der bekannten Ferienwohnungsanbieter kann die Erweiterung des Angebots durch Öko-Unterkünfte erreicht werden. Mittels einer Filterung nach „Öko-Ferienwohnungen“ könnten die Angebote einfacher und schneller gefunden werden. Durch die Steigerung der Attraktivität der Campingplätze (z.B. durch das Anbieten der Campingplätze für bestimmte Zielgruppen wie Singles, junge Leute usw.) würde man mehr Kunden an umweltfreundliche Unterkünften binden. Damit die Urlauber länger vor Ort bleiben, könnten die Unterkunftsbetreiber mit verschiedenen Sparangeboten (z.B. je länger, desto günstiger) werben.

Eine weitere Maßnahme wäre eine Optimierung der umweltfreundlicheren An- und Abreise. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass das Auto ein Hauptverkehrsmittel bei der Urlaubergruppe „Deutschland“ ist. Eine häufigere Nutzung der Bus- und Bahnreise kann dann erreicht werden, wenn die Deutsche Bahn bessere Verbindungen zu Küstenzielen mit guten Anschlüssen anbietet und wenn der Marktführer Meinfernbus FlixBus sein Streckennetz verbessert bzw. erweitert (z.B. durch die Nordsee-Reiseziele in Schleswig-Holstein). Aber auch die Mobilität vor Ort muss für die Urlauber gesichert werden. Eine intensive Marketingpolitik dieser Anbieter könnte kontinuierlich neue Kunden gewinnen.

Zu den wichtigsten Motiven der Inlandsurlauber gehören neben der Suche nach Strand und Sonne auch Entspannung, Ruhe, Abwechslung zum Alltag und Naturerlebnis. Spaziergänge und Wanderungen sind die Lieblingsaktivitäten dieser Gruppe. In diesem Zusammenhang müssen die deutschen Stranddestinationen ausreichend unberührte Natur anbieten können. Die Voraussetzung dafür ist, dass „das Urlaubsland sich für Erhalt und Schutz der Natur einsetzt“ (Schmied et al. 2009, S. 113).

Des Weiteren sollte die folgende Prognose berücksichtigt werden: Aufgrund des globalen Klimawandels und der damit verbundenen erhöhten Temperaturen in den meisten Stranddestinationen der Deutschen (Spanien, die Türkei, Ägypten, Tunesien, Italien, Griechenland usw.) könnte der Urlaub in diesen Regionen für viele Touristen unerträglich werden. Gleichzeitig könnte das Klima an der deutschen Küsten angenehmer für den Strandurlaub werden, wodurch mehr Urlaub im Inland stattfinden könnte (siehe 2.4.1, S. 14f.). Aus diesem Grund sollten die deutschen Stranddestinationen über eine langfristige Erweiterung der touristischen Kapazitäten nachdenken.

Ähnliche Maßnahmen sind für die **Destination Europa** zu empfehlen. Solche europäischen Länder wie zum Beispiel Kroatien und Frankreich und vor allem Italien sollten im Strandtourismus mehr Urlaubsvolumen erreichen. Eine umweltfreundliche und für junge Leute gut geeignete Maßnahme wäre ein An- und Abreise zum Urlaubsziel mit einem Party-Zug (ebd., S. 143). Bessere Verbindungen zum Zielort mit Bus und Bahn, eine größere Auswahl an umweltfreundlichen bzw. zertifizierten Ferien- oder Bauernhäusern, Campings und Hotels, eine sichere Mobilität vor Ort, sowie eine Vermarktung der Freizeitaktivitäten, wodurch die Urlauber besser das Land und die Leute kennenlernen können, würden mehr Nachhaltigkeit im Tourismus bedeuten. Der Fakt, dass viele Italien-Urlauber (30,5%) bereit wären, mehr Geld für einen nachhaltigen Urlaub zu zahlen, lässt eine Reise flexibler gestalten. Aus den Befragungsergebnissen geht hervor, dass die Urlaubergruppe „Europa“ als potenziell nachhaltig bezeichnet werden kann. Vielen Urlaubern fehlen ein größeres Angebot an den nachhaltigen Reisen und/oder mehr Information zum Thema der Nachhaltigkeit. Da die Mehrheit dieser Gruppe ihre Reisen selbst zusammenstellen, sollten beispielsweise solche Internet-Magazine wie „Verträglich Reisen“ präserter werden.

Andere Nachhaltigkeitsstrategien sind für die Zielgruppen **„Spanien/ Türkei/ Nordafrika“ und „Fernziele“** anzuwenden. Die meisten Urlauber dieser Profile können in den Aspekten des umweltfreundlichen Reisens nur indirekt angesprochen werden. So kommt der Verzicht auf die Flugreisen bzw. Fernziele in der Zukunft für sie nicht in Frage. Es ist auch fragwürdig, ob diese

Urlauber die beim Flug entstehenden Emissionen kompensieren werden. Die Fluggesellschaften können aber einen umweltfreundlichen Beitrag leisten, indem sie auf die Effizienz ihrer Flugzeuge, dichte Bestuhlung und eine sehr hohe Auslastung achten. Fluglinien wie TUIfly und AirBerlin gehen hierbei mit gutem Beispiel voran (vgl. atmosfair 2015).

Hinsichtlich der Unterkunftsarten sind und bleiben die komfortablen Hotels (4 und 5 Sterne), besonders in der Türkei, stark nachgefragt. In allen Ländern dieser Gruppen vor allem in Ägypten, Tunesien und in der Türkei sollten die Verbesserungsmaßnahmen im Umweltmanagement des Hotels stattfinden. Alleine durch die Reduzierung des Wasser- und Energieverbrauches, Optimierung der Mülltrennung und (stärkere) Nutzung regenerativen Energien werden zahlreiche negative Auswirkungen vermieden. Aber auch mit den kleinen landestypischen Öko-Hotels und Ferienwohnungen sollen mehr Kunden gewonnen werden. Die Hotels in der Türkei und in den nordafrikanischen Ländern, wo eine All-Inclusive-Verpflegung eine sehr große Rolle spielt, sollen möglichst nachhaltig diese Art der Verpflegung anbieten: landestypische Küche, saisonale und regionale Produkte, Information für die Urlauber (z.B. über diese Produkte, umweltfreundliches Verhalten wie Vermeidung des Wegwerfens usw.). Des Weiteren sind verschiedene Bildungsmaßnahmen für die Gäste zu empfehlen. Allerdings müssten sie auf die Urlauber indirekt und spielerisch wirken. Beispiele dafür wären Animationen in Hotels, die die Aspekte der Nachhaltigkeit und/oder Kultur des Landes vermitteln, Führungen, die sich mit den Fragen der Energie- oder Wasserversorgung im Hotel auseinandersetzen, sowie Workshops und organisierte Ausflüge, wodurch die Urlauber besser landestypische Traditionen, Küche, Leute und sogar Sprache lernen können. Durch solche Exkursionen würden die Einheimischen sehr profitieren und die regionale Wirtschaft könnte gestärkt werden.

Eine weitere Maßnahme wäre die Einführung von (freiwilligen) Ökozahlungen/ Ökobeiträge beispielsweise für Übernachtungen in Hotels, die Automiete, Bootsfahrten usw. Aus den Ergebnissen der Umfrage ist zu sehen, dass im Durchschnitt jeder fünfte Urlauber bereit wäre mehr Geld für eine nachhaltige Reise auszugeben. Durch diese Einnahmen könnten verschiedene Öko-Projekte zum Beispiel zum Naturschutz und zur Gewinnung der erneuerbaren Energie in der Destination finanziert werden.

Wichtig zu erwähnen ist, dass die Reisenden dieses nicht-nachhaltigen Profils die größte Strandurlaubergruppe bilden. In diesem Zusammenhang können schon kleine Umweltschutzmaßnahmen einen wesentlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.

Für alle Destinationen ist es empfehlenswert die Internetseiten mit den Ratschlägen und Angeboten zur Gestaltung einer nachhaltigen Reise von der An- und Abreise bis zu den Aktivitäten vor Ort zu entwickeln bzw. zu optimieren. Das Ziel ist es, dass die Urlauber, die ihre Reisen selbstständig im Internet zusammenstellen, möglichst schnell und einfach sich über den nachhaltigen Tourismus allgemein, sowie über die einzelnen nachhaltigen Reiseprodukten informieren können. Außerdem wäre eine dichtere Vernetzung aller nachhaltigen Anbieter im Internet sinnvoll.

6.3 Handlungsempfehlungen für Reiseveranstalter/ Reisebüros

Neben den zahlreichen Touristen, die ihren Reisen selbstständig gestalten, gibt es immer noch eine große Nachfrage für Pauschalurlaube. Aus den Ergebnissen der Arbeit geht hervor, dass 26,1% der Befragten eine Pauschalreise in der Regel im Reisebüro buchen und 22,6% der Urlauber dafür das Internet nutzen. Besonders bei den Reisenden mit den Lieblingszielen Spanien, Türkei und Nordafrika sind die Reisebüros/ Reiseveranstalter die ersten und wichtigsten Ansprechpartner. Diese Akteure des touristischen Marktes könnten das Reiseverhalten ihren Kunden stark beeinflussen, indem sie die Touristen über die nachhaltigen Alternativen informieren und auch diese Produkte anbieten würden. Die größten Reiseveranstalter TUI Deutschland, Thomas Cook und DER Touristik leisten zwar einen Beitrag zum Umweltschutz und engagieren sich in sozialen Projekten, bieten aber keine nachhaltigen Pauschalreisen an. Nur die kleineren Reiseveranstalter wie die Mitglieder des „Forum anders reisen e.V.“ spezialisieren sich auf den nachhaltigen Tourismus. Durch eine Erweiterung des Sortiments mit nachhaltigen Reisen würden die Marktführer eine breitere Zielgruppe erreichen und könnten ihren Stammkunden neue Produkte anbieten. Auf der anderen Seite sollte der Bekanntheitsgrad der alternativen Reiseveranstalter durch intensivere Marketingstrategien gesteigert werden.

Die nachhaltigen Reisen müssen durch die folgenden Kommunikationskanäle neue Kunden gewinnen: Reisebüros selber, Reisekataloge, Internetseiten, soziale Netzwerke wie Facebook, Radio und andere Medien. Durch eine gezielte Kommunikation wird die Zielgruppe besser erreicht. Viabono nutzte beispielsweise eine kreative Werbung der nachhaltigen Erholungsreisen: Ihre Gutscheine-Anhänger wurden an gereinigten Kleidungsstücken von Textilreinigungen platziert, wodurch die gestressten Manager, die ihre Anzüge und Hemden reinigen lassen, angesprochen wurden (vgl. Schmied et al. 2009, S. 149).

Des Weiteren ist es sinnvoll, wenn die Reisebüros zusammen mit den weiteren Buchungsunterlagen ein Informationsblatt über das Zielland, ihr Kultur, Traditionen der

Einheimischen mit den allgemeinen Empfehlungen mitschicken würden. Dadurch können die Urlauber schon vor ihre Reise einen Überblick über das Reiseziel erhalten.

6.4 Handlungsempfehlungen für Regierungen

Es ist offensichtlich, dass die Urlauber selbst, die Akteure der touristischen Infrastruktur und die Reiseveranstalter Einfluss auf eine nachhaltige Reisegestaltung haben. Aber auch auf Regierungsebene sollten zahlreiche Optimierungsmaßnahmen ergriffen werden. Erstens sollte sich die Tourismuspolitik aller Destinationen stärker für den Naturschutz und Erhalt der biologischen Vielfalt einsetzen. Auch im Strandtourismus spielen solche Faktoren wie ästhetische Landschaften, Biodiversität, saubere Strände und Wasserqualität eine wichtige Rolle für den Urlauber. Eine weitere Urbanisierung der Küsten, illegaler Hotelausbau, sowie eine Erschließung von neuen Küstenstrichen auf Kosten der Natur müssen gesetzlich verhindert werden. So, verabschiedete die Balearen-Regierung am 12. Januar 2016 ein Dekret, das die Bereiche Tourismus, Landwirtschaft, Flächennutzung im ländlichen Raum sowie Raumordnung behandelt. Dadurch wird die Amnestie für illegale Gebäude in Schutzgebieten aufgehoben, Gebäude in landschaftlichen Schutzgebieten werden grundsätzlich verboten und die Bedingungen für den Neubau von Hotels werden verschärft. Außerdem entfällt die Möglichkeit, neue Golfplätze oder andere Sport- und Freizeiteinrichtungen im ländlichen Raum zu eröffnen (vgl. Mallorca Zeitung 2016).

Zweitens müssen die maximalen Aufnahmekapazitäten einer Destination bestimmt werden und in Extremfällen können nur limitierte Touristenzahlen die Situation entschärfen. Auch diese Maßnahmen wurden von den kanarischen und balearischen Inseln zur Beschränkung des Tourismus für die Sommermonate ausgesprochen (vgl. Spiegel 2015b). Besonders notwendig scheinen diese Maßnahmen in einer politisch unruhigen Zeit zu sein: Durch die Terroranschläge in der Türkei, Tunesien und Ägypten könnten die enorm gestiegenen Touristenzahlen in Spanien zur Katastrophe führen.

Weitere Maßnahmen, die Regierungen ergreifen sollten, um Tourismus nachhaltiger zu machen, sind Forderungen an die großen internationalen Hotelketten, ihr Umweltmanagement zu optimieren, Förderungen der kleinen lokalen Anbieter im touristischen Sektor und Gesetze für Fluggesellschaften zur Preiserhöhung für Kurzstreckenflüge.

Zuletzt muss eine Umweltbildung in allen Bildungs- und Lebensbereichen für alle Altersklassen der Bevölkerung umgesetzt werden. Die Resultate der Umfrage zeigen, dass viele Urlauber in Fragen des nachhaltigen Tourismus informiert werden möchten und dass einige sogar ein falsches

Verständnis von diesem Thema haben. Eine allgemeine Umweltbildung, die Themen Lebensmittel, Textilien, Mobilität, Wohnen, elektronische Geräte sowie Reisen (Der nachhaltige Warenkorb) behandelt, ist von großer Bedeutung. Durch die Bildungsmaßnahmen in der Schulen, Universitäten und Hochschulen, durch die intensivere Behandlung dieser Themen in den Medien (Fernsehen, Radio, Internet, soziale Netzwerke) und beispielsweise durch eine Einführung eines nationalen Umwelttages sollte die Bevölkerung umweltbewusster werden.

6.5 Handlungsempfehlungen für weitere Studien

Es lässt sich sagen, dass das in dieser Arbeit behandelte Thema weiter erforscht werden sollte. In der Fachliteratur sind nur wenige Studien zu finden, die sich mit dem Thema Strandtourismus beschäftigen. So wurde zwar die Zielgruppe „Strandurlauber“ in dem Projekt INVENT untersucht, hierbei ging es aber nur um die Sonne-Strand-Pauschalurlauber. Die übrigen Strandurlauber wurden auf andere Zielgruppen verteilt. In der Forschung wurde der Problematik „Nachhaltigkeit im deutschen Strandtourismus“ bis jetzt noch nicht genügend Aufmerksamkeit gewidmet. Da der Strandtourismus die meistgewählte Urlaubsform in Deutschland ist und die Nachhaltigkeit eine weiter zunehmende Rolle in der Gesellschaft spielt, ist das Thema der vorliegenden Arbeit sehr aktuell. In diesem Zusammenhang wäre es sinnvoll, langfristige Tendenzen beobachten zu können. Um zu wissen, wie sich das Reiseverhalten der Strandurlauber und ihre Einstellung zur Nachhaltigkeit in Zukunft ändern, sollten zu diesem Thema mehrere ähnliche Studien durchgeführt werden.

Anhand dieser Studie konnten viele wichtige Ergebnisse gewonnen werden, wodurch allgemeine Tendenzen im Strandtourismus deutlich wurden. Allerdings sind Optimierungsmaßnahmen in der Methodik dieser Untersuchung sowie im Fragebogen notwendig. Die Repräsentativität der Stichprobe konnte nicht vollständig erreicht werden. Ältere Urlauber (über 65 Jahre) wurden mit einem internetbasierten Fragebogen, der meistens durch soziale Netzwerke und Reiseforen verbreitet wurde, nicht angesprochen. Außerdem kann die geschlechtliche Aufteilung in der Umfrage nicht als repräsentativ bezeichnet werden. Mit einem methodisch besser durchdachten Vorgehen könnte man die Qualität der Stichprobe steigern. Zu berücksichtigen ist, dass das alleinige Ansprechen der Kunden in Reisebüros oder bei Reiseveranstaltern auch zu einem Problem führen könnte: So würden Strandurlauber, die ihre Reise selbstständig zusammenstellen, nicht erreicht. Des Weiteren wurde die Interpretation der Ergebnisse durch eine häufige Fragensauswahl mit Mehrfachnennungen erschwert. Teilweise sollten die Fragen vereinfacht bzw. umformuliert werden und man müsste auf eine bessere Struktur der Antwortmöglichkeiten achten.

7 Fazit

Strandtourismus ist mit einem Anteil von 29% aller Reisen die häufigste Urlaubsform in der ganzen Welt und nimmt in seiner Bedeutung kontinuierlich zu. Auch unter der deutschen Bevölkerung ist Strand- und Badeurlaub die beliebteste Urlaubsart. Aus verschiedenen Studien geht hervor, dass im Jahr 2015 ca. 53% der Deutschen den Strandurlaub bevorzugten.

Wenn Tourismus boomt, muss man auch von einem anderen gesellschaftlichen Phänomen mit erheblichen Ausmaßen sprechen – dem Massentourismus. Einerseits ist der Massentourismus für viele Regionen und Länder, besonders für die Küstendestinationen und Inseln, eine der wichtigsten Einnahmequellen und ein sicherer Arbeitgeber. Der Massentourismus kann zu einem erhöhten Lebensstandard der Einheimischen führen sowie den interkulturellen Austausch fördern. Andererseits kann er für eine Preissteigerung in einer Destination, Saisonalität der Arbeit, soziale Konflikte zwischen den Touristen und Bewohnern, Kommerzialisierung der einheimischen Kultur sowie Wandlung der Moralvorstellungen und Werte verantwortlich sein. Hinzu kommt der Fakt, dass der Massentourismus zu den steigenden Umweltbelastungen einen erheblichen Beitrag leistet. Mit allen diesen Auswirkungen sind die typischen Strandurlaube eng verbunden. So verursachen die Lieblingsstrandurlaube der Deutschen in der Karibik oder auf Mallorca die meisten CO₂-Emissionen im Tourismus. Mit einer sehr häufigen Wahl eines Fernziels und des Flugzeuges als Hauptverkehrsmittel zu An- und Abreise wird der Klima-Fußabdruck der Strandurlauber signifikant erhöht. Damit leisten die Strandurlauber einen höheren Beitrag zum globalen Klimawandel als ein durchschnittlicher deutscher Urlauber. Aber auch lokale ökologische Auswirkungen des Massen- und Strandtourismus führen zu den gravierenden Konsequenzen vor Ort. Die natürlichen Landschaften mit den sensiblen Ökosystemen werden mit den Hotels und Freizeitanlagen zubetoniert. Sehr hoher Wasserverbrauch für Tourismus bzw. der Touristen führt in vielen Stranddestinationen, wie zum Beispiel in der Türkei, zur Wasserknappheit. Durch den Massentourismus wird die Wasserqualität der Meere und Ozeane verschlechtert. Fehlende Abwasserreinigungsanlagen in den Ländern der Dritten Welt verschärfen die Situation. Außerdem führt der Strandtourismus zu großen Schäden an Flora und Fauna, wobei wertvolle Lebensräume zerstört werden und viele Tier- und Pflanzenarten vom Aussterben bedroht sind. Hinzu kommen die Abfallprobleme, hoher Energieverbrauch, der durch Tourismus verursachte Lärm usw. Von allen diesen Konsequenzen kann die touristische Attraktivität einer Region stark abnehmen.

Wichtig zu berücksichtigen ist, dass die meisten Strandreiseziele extrem von dem Klimawandel selber beeinflusst sind. Voraussichtlich werden die Touristenströme aufgrund der erhöhten

Temperaturen ihre Richtung von südeuropäischen Ländern wie Spanien, Italien, die Türkei nach Nordeuropa bzw. Norddeutschland wechseln und ihre Saisonalität ändern. Es ist nicht ausgeschlossen, dass der Urlaub in manchen Regionen in Zukunft nicht mehr möglich sein wird.

Selbstverständlich werden Leute auch in Zukunft reisen wollen und ein absoluter Verzicht auf Tourismus ist nicht vorstellbar. Allerdings ist eine Kehrtwende dringend notwendig: Die Urlaube müssen nachhaltiger gestaltet werden. Drei Dimensionen – Ökologie, Soziales und Ökonomie – müssen bei der Reisegestaltung beachtet werden. Jeder Urlauber, der Nahziele bevorzugt, umweltfreundliche Verkehrsmittel, Unterkünfte und Aktivitäten in Anspruch nimmt sowie sich für das Land und die Kultur interessiert, leistet einen enormen Beitrag zur Nachhaltigkeit.

Die empirische Untersuchung dieser Arbeit verfolgte das Ziel, das Reiseverhalten der deutschen Strandurlauber mit ihrer Einstellung zum nachhaltigen Tourismus zu analysieren. Die Befragung erfolgte mittels eines standardisierten Online-Fragebogens. Aus den Ergebnissen der Umfrage geht hervor, dass die meisten Strandurlauber in Deutschland einen nicht-nachhaltigen Urlaub bevorzugen. Dafür sorgen die häufig gewählten Destinationen, die nur mit dem Flugzeug zu erreichen sind (Spanien, Nordafrika, Türkei, andere Fernziele) sowie die Wahl der komfortablen 4- und 5- Sterne-Hotels mit All-Inclusive-Verpflegung. Rund ein Drittel der Befragten gab zu, dass der Aspekt der Nachhaltigkeit in ihrem Urlaub keine große Rolle spielt. Jedoch gab es auch eine andere Kategorie der Strandurlauber, die sich für den nachhaltigen Tourismus interessiert: Jeder Fünfte meinte, dass sein Urlaub meistens nachhaltig gestaltet ist und 30% der Befragten wollten in Fragen des nachhaltigen Reisens besser informiert werden. Um die Unterschiede im Reiseverhalten besser zu erkennen, wurde eine Typologie aller Strandurlauber erstellt. Es ergaben sich vier Typen der Urlauber, die voneinander deutlich unterscheiden. Der erste Typ „Deutschland“ achtet in seinem Strandurlaub am meisten auf die Nachhaltigkeit. Der Typ „Europa“ legt zwar weniger Wert auf Nachhaltigkeit als die Deutschland-Urlauber, ist aber umweltfreundlicher als die anderen zwei Typen. Knapp die Hälfte aller Befragten bilden die größte Gruppe der Strandurlauber mit den bevorzugten Reisezielen Spanien, Türkei und Nordafrika. Dieser Typ kann eher als „nicht nachhaltig“ bezeichnet werden. Der letzte Typ der Urlauber ist gemischt: Sie bevorzugen Fernziele und handeln meistens nicht nachhaltig, legen aber mehr Wert auf Soziales. Des Weiteren wurden in der Untersuchung die Zusammenhänge zwischen der Einstellung zur Nachhaltigkeit und dem Geschlecht, dem Alter und der Bildung aufgezeigt.

Obwohl ein Großteil der Strandurlauber sich mit den Fragen des nachhaltigen Reisens nicht beschäftigt und voraussichtlich diese Einstellung auch in der Zukunft nicht ändern wird, gibt es

für den alternativen Tourismus ein großes Potenzial. Um den nachhaltigen Tourismus auf dem Reisemarkt zu stärken, müssen viele Akteure wie die Anbieter touristischer Dienstleistungen und die Destinationen, Reisebüros und Reiseveranstalter sowie die Regierungen der Zielländer zahlreiche Maßnahmen ergreifen. Aber die wichtigsten Entscheidungen zur Reisegestaltung treffen die Urlauber selber. Eine intensivere Umweltbildung und eine gute Kommunikation mit den Reisenden würden einen wertvollen Betrag zum nachhaltigen Tourismus leisten. Aber auch der Klimawandel könnte zum umweltfreundlicheren Urlaub führen: Voraussichtlich werden viele Auslandsreisen aufgrund der unerträglich hohen Temperaturen durch die Reisen innerhalb Deutschlands ersetzt.

Die vorliegende Arbeit untersuchte die bis jetzt wenig erforschte Zielgruppe „deutsche Strandurlauber“, gibt Einblicke in die nachhaltige Entwicklung des Strandtourismus und enthält wichtige Handlungsempfehlungen für touristische Akteure. Allerdings kann diese Untersuchung nicht als vollständig und repräsentativ bezeichnet werden. Von daher sind weitere Studien zu dem Thema empfehlenswert.

8 Abkürzungsverzeichnis

ADAC	Der Allgemeine Deutsche Automobil-Club e. V.
Airbnb	Airbedandbreakfast
ARLEM	The Euro-Mediterranean Regional and Local Assembly
AUbe	Umweltakademie Akademie für Umweltforschung und -bildung in Europa e.V.
BUND	Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V.
CSIRO	Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation
EUA	Die Europäische Umweltagentur
F.U.R.	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
GAIN	Global Agricultural Information Network
INVENT	Innovative Vermarktung nachhaltiger Tourismusangebote
IPCC	Intergovernmental Panel on Climate Change
TUI	Touristik Union International
UNCED	United Nations Conference on Environment and Development
UNEP	The United Nations Environment Programme
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	The United Nations World Tourism Organization
WTTC	The World Travel & Tourism Council
WWF	World Wide Fund For Nature

9 Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabellen

Tab. 1: Klimagasemissionen ausgewählter Urlaubsreisen der Deutschen im Jahr 2014	17
Tab. 2: Häufigkeit des Strandurlaubes	39
Tab. 3: Vier Typen der Strandurlauber. Die Tendenzen im Reiseverhalten	51

Abbildungen

Abb. 1: Verteilung der Urlaubsformen der deutschen Bevölkerung im Jahr 2015 (Angaben in %, Mehrfachnennungen)	11
Abb. 2: Treibhausgas-Emissionen pro Person und Reise	16
Abb. 3: Zentrale Ziele für nachhaltigen Tourismus im Massenmarkt	25
Abb. 4: Lage von Fiumaretta und Blick auf das Dorf mit dem Strand	29
Abb. 5: Bevorzugte Reiseziele im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)	37
Abb. 6: Reisemotive im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)	38
Abb. 7: Welche Aussage trifft auf Sie zu? (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)	43

10 Quellenverzeichnis

Literatur

- Bartl H. et al. (1998): Kurzlehrbuch und Geographie-Lexikon für den Tourismus. 3. bearbeitete Auflage. München: Oldenbourg Verlag
- Becker C./ Hopfinger H./ Steinecke A. (2007): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. 3. unveränderte Auflage. München/Wien: Oldenbourg Verlag
- Beyer D. (2015): Soziale und kulturelle Herausforderungen im Tourismus. In: Rein H./ Strasdas W. (Hrsg.) (2015): Nachhaltiger Tourismus. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft, S. 195-230
- Bittner R. (2006): Tourismus der Zukunft. Boomende Urlaubsformen. Dominierende Zielgruppen. Verändertes Reiseverhalten. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller
- Eisenstein B. (2014): Grundlagen des Destinationsmanagements. 2. überarbeitete Auflage. München: Oldenbourg Verlag
- Flick U. (2009): Sozialforschung. Methoden und Anwendungen. Ein Überblick für die BA-Studiengänge. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag
- Freyer W. (2009): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 9. überarbeitete und aktualisierte Auflage. München: Oldenbourg
- Hennig C. (1997): Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Erste Auflage. Frankfurt am Main/Leipzig: Insel Verlag
- Keitz C. (1997): Reisen als Leitbild. Die Entstehung des modernen Massentourismus in Deutschland. München: Deutscher Taschenbuch Verlag
- Kirmair L. (2013): Der Klimawandel und die Veränderung der Touristenströme. Das Beispiel Spanien. Hamburg: Verlag Dr. Kovač
- Kirstges T. (2003) : Sanfter Tourismus. Chancen und Probleme der Realisierung eines ökologieorientierten und sozialverträglichen Tourismus durch deutsche Reiseveranstalter. 3. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. München/Wien: Oldenbourg
- Kirstges T. (o.J.) : Klimagerechtigkeit – Ferntourismus. Substantielle und methodologische Probleme eines nachhaltigen Reiseverhaltens. In: Egger R./ Herdin T. (Hrsg.) (2010): Tourismus im Spannungsfeld von Polaritäten. Wien/Berlin: LIT, S. 97-110
- Klein A. (2015): Nachhaltiger Konsum und Tourismus. In: Rein H./ Strasdas W. (Hrsg.) (2015): Nachhaltiger Tourismus. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft, S.161-194
- Luft H. (2010): Grundlegende Tourismuslehre. 2. unbearbeitete Auflage. Gerlingen: KSB-Media

- Mayer H.O. (2013): Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. 6. überarbeitete Auflage. München: Oldenbourg
- Mose I./ Jacobs A. (2004): Tourismus in Europa. Heft 11. Vechta: Vechtaer Druckerei und Verlag
- Mundt J.W. (2006): Tourismus. 3. völlig überarbeitete und ergänzte Auflage. München: Oldenbourg
- Müller H. (2003): Tourismus und Ökologie. Wechselwirkungen und Handlungsfelder. 2. völlig überarbeitete Auflage. München: Oldenbourg
- Müller R. (1996): Boombranche Tourismus. Einstieg – Praxis – Chancen. Frankfurt am Main: Eichborn
- Opaschowski H. (2001): Das gekaufte Paradies. Tourismus im 21. Jahrhundert. 1. Auflage. BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH. Hamburg: Germa
- Pongratz C. (2001): Massentourismus. Zur sozialen Problematik des Verhältnisses zwischen Einheimischen und Gästen am Beispiel Gran Canaria. Frankfurt am Main: Peter Lang
- Prahl H.-W. (1994): Vom Teigklumpen zum Schimpfwort. – Die gesellschaftliche Vereinnahmung der Massen. In: Gruppe Neues Reisen e.V. (Hrsg.) (1994): Massentourismus – ein reizendes Thema. Reisebrief: Schriften zur Tourismuskritik, Band 23. St. Peter-Ording. S. 8-17
- Rein H./ Strasdas W. (Hrsg.) (2015): Nachhaltiger Tourismus. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft
- Schmied M. et al. (2009): Traumziel Nachhaltigkeit. Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote für den Massenmarkt. Heidelberg: Physica-Verlag
- Schroeder G. (2007): Das Tourismus-Lexikon. 5. überarbeitete Auflage. Hamburg: TourCon
- Steinecke A. (2014): Internationaler Tourismus. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft
- Wegener-Spöhring G. (1991): Massentourismus und Pädagogik. Essays, Theorien, Gedanken zu einer gestörten Beziehung. Hohengehren: Schneider Verlag
- Wernstedt M. (2008): Nachhaltiger Tourismus in Europa. Organisation, Verfahrensweisen und Instrumente des Nachhaltigen Tourismus. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller

Internet

- ACP Rail International (o.J.). Online: <http://www.acprail.com/> (Stand: 9.01.2016)
- ADAC Reise-Monitor (2015): Trendforschung im Reisemarkt 2015. München: ADAC Verlag, Online:
https://media.adac.de/fileadmin/user_upload/Studien/Downloads/ADAC_Reisemonitor_2015_gesamt_web.pdf (Stand: 27.11.2015)
- Agriturismo Alessandra (o.J.): Bauernhaus. Online:
<http://www.agriturismoalessandra.it/de/bauernhaus> (Stand: 9.01.2016)
- ARLEM (2013): Bericht über nachhaltigen Tourismus im Mittelmeerraum. Online:
<http://cor.europa.eu/en/activities/arlem/activities/meetings/Documents/sudev-report2012-tourism-de.pdf> (Stand: 4.12.2015)
- ATC Esercizio (o.J.). Online: <http://www.atcesercizio.it/> (Stand: 9.01.2016)
- atmosfair (2015): atmosfair Airline Index 2015. Online:
https://www.atmosfair.de/documents/10184/882239/18112015_DE_Brosch%C3%BCre_AAI_2015_MH.pdf/0b75a896-cfd4-4670-9b47-5fc6cb8e7f49 (Stand: 29.01.2016)
- AUbE – Umweltakademie (Hrsg.) (2003/2008): Nachhaltiger Tourismus. Eine Einführung in die Ziele des Konzeptes. Bielefeld. Online:
<http://www.aube-umweltakademie.de/Dokumente/NachhaltigerTourismus.pdf>
(Stand: 7.01.2016)
- Bio & Natur Urlaub (o.J.): Ferienwohnung Fiumaretta. Online:
<http://www.bio-natur-urlaub.de/anzeigen/natur-ferienwohnung/weiteres-ausland/ferienwohnung-fiumaretta-mit-garten-70-1272.html> (Stand: 9.01.2016)
- BUND (2011): Umweltfreundlich Urlaub machen. Veröffentlicht am 27. Mai 2011. Online:
<http://www.bund.net/nc/service/oekotipps/detail/artikel/umweltfreundlich-urlaub-machen/>
(Stand: 30.12.2015)
- CSIRO Marine and Atmospheric Research (o.J.): Historical Sea Level Changes. Last Two Decades. Online:
http://www.cmar.csiro.au/sealevel/sl_hist_last_decades.html (Stand: 23.11.2015)
- Der Deutsche ReiseVerband (Hrsg.) (2011): Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt 2010. Berlin: DRV Deutscher ReiseVerband. Online:
https://www.driv.de/fileadmin/user_upload/Fachbereiche/Statistik_und_Marktforschung/Fakten_und_Zahlen/Fakten_und_Zahlen_zum_deutschen_Reisemarkt_2010.pdf
(Stand: 25.11.2015)
- Der Deutsche ReiseVerband (Hrsg.) (2015): Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt 2014. Berlin: DRV Deutscher ReiseVerband. Online:
https://www.driv.de/fileadmin/user_upload/Fachbereiche/Statistik_und_Marktforschung/Fakten_und_Zahlen/15-03-03_Fakten_und_Zahlen_2014.pdf (Stand: 25.11.2015)

- Deutscher Bundestag (1998): Abschlußbericht der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt – Ziele und Rahmenbedingungen einer nachhaltig zukunftsverträglichen Entwicklung“. Konzept Nachhaltigkeit. Vom Leitbild zur Umsetzung. Drucksache 13/11200. Online:
<http://dipbt.bundestag.de/doc/btd/13/112/1311200.pdf> (Stand: 20.12.2015)
- Die Bundesregierung (2015): Steigender Meeresspiegel. Klimawandel bedroht kleine Inseln. Veröffentlicht am 5.03.2015. Online:
<https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2015/03/2015-03-05-meeresspiegel.html> (Stand: 23.11.2015)
- DUDEN (o.J. a) Wörterbuch online: Der Massentourismus. Online:
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Massentourismus> (Stand: 25.11.2015)
- DUDEN (o.J. b) Wörterbuch online: Der Badeurlaub. Online:
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Badeurlaub> (Stand: 25.11.2015)
- EUA (2014): Qualität der europäischen Badegewässer 2014. EUA-Bericht Nr. 1/2015. Online:
<http://www.eea.europa.eu/de/publications/qualitaet-der-europaeischen-badegewaesser-2014> (Stand: 7.12.2015)
- EUA (2015): Signale 2015. Leben mit dem Klimawandel. Kopenhagen. Online:
<http://www.eea.europa.eu/de/publications/eua-signale-2015-leben-mit> (Stand: 23.11.2015)
- Focus (2015): Naturschützer warnen: Klimawandel bedroht Überleben der Eisbären. Veröffentlicht am 19.11.2015. Online:
http://www.focus.de/wissen/klima/bedrohte-tierarten-naturschuetzer-warnen-klimawandel-bedroht-ueberleben-der-eisbaeren_id_5094358.html (Stand: 27.11.2015)
- forum anders reisen e. V. (o.J.): Unser Kriterienkatalog. Online:
<http://forumandersreisen.de/ueber-uns/kriterienkatalog/> (Stand: 30.12.2015)
- F.U.R. (Hrsg.) (2014): Abschlussbericht zu dem Forschungsvorhaben: Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse. Online:
http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/externe_Inhalte/Publicationen/20140912_RA14_BMU_Nachhaltige-Nachfrage_Bericht.pdf (Stand: 25.11.2015)
- F.U.R. (Hrsg.) (2015): Reiseanalyse 2015. Erste ausgewählte Ergebnisse der 45. Reiseanalyse zur ITB 2015. Online:
http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_2015/RA2015_Erste_Ergebnisse_DE.pdf (Stand: 27.11.2015)
- GAIN Report (2015): Caribbean Basin. Assessment of Global Climate Change on the Caribbean Region. Online:
http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Assessment%20of%20Global%20Climate%20Change%20on%20the%20Caribbean%20Region_Miami%20ATO_Caribbean%20Basin_10-8-2015.pdf (Stand: 23.11.2015)

- GlobalVoices (2014): Mitten aus dem Meer der Malediven ragt eine Insel aus giftigen Abfällen empor. Veröffentlicht am 29.10.2014. Online:
<https://de.globalvoices.org/2014/10/29/mitten-aus-dem-meer-der-malediven-ragt-eine-insel-aus-giftigen-abfaellen-empor/> (Stand: 4.12.2015)
- Greenpeace (2006): Schutzgebiete im Mittelmeer. Zusammenfassung des Greenpeace-Reports. Online:
http://www.greenpeace.org/switzerland/Global/switzerland/de/publication/Oceans/2006_ZF_Stu_Mittelmeer.pdf (Stand: 7.12.2015)
- Hachtmann R. (2013): Tourismusgeschichte. Sommerfrische und andere Abgründe. In: Der Tagesspiegel. Online:
<http://www.tagesspiegel.de/wissen/tourismusgeschichte-sommerfrische-und-andere-abgruende/8510726.html> (Stand: 25.11.2015)
- Hahn I. (2009): Klimawandel und Tourismus im Mittelmeerraum. Mitigations- und Adaptionstrategien für Reiseveranstalter. Hamburg: Diplomica Verlag. Online:
<https://books.google.de/books?id=klr5AwAAQBAJ&pg=PR9&lpg=PR9&dq=isabell+hahn+klimawandel+pdf&source=bl&ots=35raiR-vmv&sig=V1ZoU1jWhuYoOpN-IXXUSRcKPxQ&hl=de&sa=X&ved=0ahUKEwiVtOaqyabJAhUHIswKHXj9CTQQ6AEIMDAD#v=onepage&q=isabell%20hahn%20klimawandel%20pdf&f=false> (Stand: 23.11.2015)
- Hamele H./ Eckardt S. (2006): Umweltleistungen europäischer Tourismusbetriebe. Instrumente, Kennzahlen und Praxisbeispiele. ECOTRANS e.V. Saarbrücken. Online:
<http://sutour.ier.uni-stuttgart.de/downloads/Umweltleistungen%20europaeischer%20Tourismusbetriebe.pdf> (Stand: 26.01.2016)
- INVENT Tourismus (2004): Reisetypen und Urlaubsstile – Zielgruppen für nachhaltigen Tourismus. Online:
http://www.invent-tourismus.de/pdf/Bad_Boll_INVENT_13_09_2004.pdf (Stand: 2.12.2015)
- INVENT Tourismus (2005): Traumziel Nachhaltigkeit. Online:
http://www.invent-tourismus.de/pdf/INVENT_Broschuere_051104.pdf (Stand: 2.12.2015)
- IPCC (Hrsg.) (2015): Climate Change 2014. Synthesis report. Online:
http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/syr/SYR_AR5_FINAL_full.pdf (Stand: 20.11.2015)
- IPK World Travel Monitor (2015): Tourismus als globaler Wachstumstreiber. Online:
<http://www.tourismus-bw.de/B2B/Marktforschung/Allgemeine-touristische-Studien/IPK-World-Travel-Monitor-2015> (Stand: 27.11.2015)
- Mallorca Zeitung (2016): Kehrtwende in Sachen Tourismus und Raumordnung. Veröffentlicht am 10.01.2016. Online:
<http://www.mallorcazeitung.es/lokales/2016/01/10/balearen-regierung-friert-bauza-gesetze/40688.html> (Stand: 30.01.2016)
- Meinferbus Flixbus (o.J.). Online: <http://meinfernbus.de/> (Stand: 9.01.2016)

- Nordsee Tourismus Service (Hrsg.) (2014): Nordsee. Mehrwert plus. Die Bedeutung des Tourismus für die Region und zentrale Herausforderungen für den Tourismus an der Westküste. Online: http://www.nordseetourismus.de/data/mediadb/cms_mime/%7B79e3c20a-7ecb-6cee-e09d-2d84a32dee0c%7D.pdf (Stand: 28.01.2016)
- Näher E. (2003): Nachhaltige Entwicklung im Massentourismus. Illusion oder Realität? Diplom.de. Online: https://books.google.de/books?id=rYFsAQAAQBAJ&pg=PA40&lpg=PA40&dq=tourismusdichte+mittelmeer&source=bl&ots=POG9_d13uh&sig=2aHKUEupsknlIcVebnbFGdeqXCy&hl=de&sa=X&ved=0ahUKEwiRvpGTyMrJAhWBiiwKHerJDGkQ6AEIJjAB#v=onepage&q=tourismusdichte%20mittelmeer&f=false (Stand: 7.12.2015)
- Schmied M. et al. (2001): Umwelt und Tourismus. Grundlagen für einen Bericht der Bundesregierung. Öko-Institut e.V. Darmstadt/ Berlin. Online: <http://www.oeko.de/oekodoc/192/2001-018-de.pdf> (Stand: 3.12.2015)
- Spiegel (2015a): Becker M.: Klimawandel und Umweltzerstörung: Die Wüsten werden wachsen, die Menschen fliehen. Veröffentlicht am 29.10.2015. Online: <http://www.spiegel.de/wissenschaft/natur/fluechtlinge-klimawandel-und-wassermangel-verschaerfen-gefahr-a-1059195.html> (Stand: 27.11.2015)
- Spiegel (2015b): Zu voll: Balearen- und Kanaren-Regierungen erwägen Touristen-Limit. Veröffentlicht am 14.07.2015. Online: <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/balearen-und-kanaren-regierungen-erwaegen-touristen-limit-a-1043611.html> (Stand: 30.01.2016)
- Süddeutsche Zeitung (2014): Europa drohen mehr Hitzewellen. Veröffentlicht am 8.12.2014. Online: <http://www.sueddeutsche.de/wissen/klimawandel-europa-drohen-mehr-hitzewellen-1.2258528> (Stand: 27.11.2015)
- Süddeutsche Zeitung (2015): Steigender Meeresspiegel gefährdet 500 Millionen Menschen. Veröffentlicht am 9.11.2015. Online: <http://www.sueddeutsche.de/wissen/klimawandel-steigender-meeresspiegel-gefaehrdet-millionen-menschen-1.2728353> (Stand: 27.11.2015)
- Umfrage Online, Datenbank. Online: <https://www.umfrageonline.com/?url=results&c=strand-e3e77f0&language=1> (Stand: 27.01.2016)
- UNWTO (2015): Tourism Highlights. Online: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> (Stand: 17.12.2015)
- UNWTO/ UNEP (2005): Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers. Madrid/ Paris. Online: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf> (Stand: 20.12.2012)
- UNWTO/ UNEP (2008): Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges. Madrid/ Paris. Online: <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/climate2008.pdf> (Stand: 2.12.2015)

- Verträglich Reisen (o.J.): Das Magazin für Reisen und Umwelt. Online: <http://www.vertraeglich-reisen.de/> (Stand: 30.12.2015)
- Viabono (o.J.). Online: <http://www.viabono.de/> (Stand: 30.12.2015)
- Vorlaufer K. (2003): Tourismus in Entwicklungsländern. In: Geographische Rundschau. Ausgabe März Heft 3/2003, S. 4-13. Online: <http://www.geographischerundschau.de/heft/51030300/Ausgabe-Maerz-Heft-3-2003-Tourismus-in-Entwicklungslaendern?PHPSESSID=uug6pri4b6cp4kjndq4bi5fmi0> (Stand: 10.12.2015)
- Weaver D. (2012): Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence. Tourism Management 33 (2012), S. 1030-1037. Online: <http://wordpress.reilumatkailu.fi/wp-content/uploads/2012/04/artikkeli40.pdf> (Stand: 21.12.2015)
- Welt (2014): Fiedler D.: Im türkisblauen Wasser eine Insel aus Müll. Veröffentlicht am 12.08.2014. Online: <http://www.welt.de/vermishtes/article131144033/Im-tuerkisblauen-Wasser-eine-Insel-aus-Muell.html> (Stand: 4.12.2015)
- Welt (2015): Clemens J.: Vielleicht brennt die Erde schon im Jahr 2090. Veröffentlicht am 18.11.2015. Online: <http://www.welt.de/sonderthemen/vernetzte-welten/article148902453/Vielleicht-brennt-die-Erde-schon-im-Jahr-2090.html> (Stand: 27.11.2015)
- WTTC (2012): The Comparative Economic Impact of Travel & Tourism. Online: http://www.wttc.org/-/media/files/reports/benchmark%20reports/the_comparative_economic_impact_of_travel_to_urism.pdf (Stand: 18.12.2015)
- WTTC (2015a): Travel & Tourism. Economic Impact 2015 Maldives. Online: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/maldives2015.pdf> (Stand: 18.12.2015)
- WTTC (2015b): Travel & Tourism. Economic Impact 2015 World. Online: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/world2015.pdf> (Stand: 18.12.2015)
- WWF (2008): Drought in the Mediterranean. Frankfurt am Main. Online: http://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF_Studie_Drought_in_th_Mediterranean.pdf (Stand: 5.12.2015)
- WWF (2009a): Der touristischer Klima-Fußabdruck. WWF-Bericht über die Umweltauswirkungen von Urlaub und Reisen. Online:

http://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Der_touristische_Klima-Fussabdruck.pdf (Stand: 2.12.2015)

- WWF (2009b): Unsere Ozeane: geplündert, verschmutzt und zerstört. WWF-Bericht über die Bedrohung der Meere und Küsten. Aktualisierte Neuauflage. Online: http://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Meeresbericht_Gepluendert_verschmutzt_zerstoeert.pdf (Stand: 10.12.2015)

11 Anhang

Anhang 1. Online - Fragebogen	76
Anhang 2: Durchschnittlicher Energie- und Wasserverbrauch in europäischen Hotels und Campingplätzen	83
Anhang 3: Altersstruktur der Befragten	83
Anhang 4: Höchster Bildungsabschluss der Befragten	83
Anhang 5: Berufsstatus der Befragten	84
Anhang 6: Wohnort der Befragten	84
Anhang 7: Reisedauer im Strandtourismus	84
Anhang 8: Sie fahren in den Strandurlaub normalerweise... (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)	85
Anhang 9: Welche Aussage trifft auf Sie zu? (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)	85
Anhang 10: Hauptverkehrsmittel im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)	85
Anhang 11: Unterkünfte im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)	86
Anhang 12: Rolle bestimmter Faktoren bei der Unterkunftswahl	86
Anhang 13: Verpflegung im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)	86
Anhang 14: Rolle ausgewählter Freizeitaktivitäten im Strandurlaub	87
Anhang 15: Kontakt zu den Einheimischen im Strandurlaub (Angaben in %)	87
Anhang 16: Würden Sie die folgenden Verhaltensoptionen in die Tat umsetzen um nachhaltiger zu verreisen?	88
Anhang 17: Welche der folgenden Aspekte könnten Sie motivieren Urlaubsziele in Ihrer Nähe zu wählen?	88
Anhang 18: Würden Sie die folgenden Regionen als Alternativen für einen Strandurlaub betrachten?	88
Anhang 19: Arten der Reise je nach ausgewählten Reisezielen (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)	89
Anhang 20: Einstellung zur Nachhaltigkeit je nach ausgewählten Reisezielen (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)	89

Anhang 1. Online - Fragebogen

Strandtourismus und Nachhaltigkeit

Die folgende Befragung richtet sich an Urlauber ab 18 Jahren, die innerhalb der letzten 2 Jahre mind. eine Reise mit dem Motiv "Sonne, Strand, Meer" unternommen haben und die in Deutschland wohnen.

Ich, Daria, bin Studentin des "Internationalen Studiengangs Angewandte Freizeitwissenschaft" an der Hochschule Bremen. Im Rahmen meines Bachelor-Thesis führe ich eine empirische Untersuchung durch. Durch Ihre Teilnahme an diesem Fragebogen unterstützen sie diese Arbeit.

Unter dem Begriff "Nachhaltigkeit" versteht man hier einen Dreiklang zwischen Umweltverantwortlichkeit, Sozialverträglichkeit und wirtschaftlicher Ergiebigkeit des Tourismus (z.B. Abfall vermeiden, Wasser und Energie vor Ort sparen, faire Löhne für Personal usw.).

Alle Daten sind komplett anonym und werden nur für die Fertigstellung meiner Bachelor-Arbeit verwendet. Der Fragebogen besteht aus 22 Fragen, Sie werden dafür ca. 10 Minuten Ihrer Zeit benötigen.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

1. **Haben Sie in den letzten 2 Jahren mind. einen Urlaub (5 Tage oder mehr) mit dem Motiv "Sonne, Strand, Meer" unternommen? ***

- ☐ ja
☐ nein

2. **Welche Reiseziele bevorzugen Sie für Ihren Strandurlaub? ***

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Deutschland
☐ Festland Spaniens und die Balearischen Inseln (z.B. Mallorca, Menorca, Ibiza)
☐ die Kanarischen Inseln, Spanien
☐ Italien
☐ andere europäische Länder (z.B. Frankreich, Kroatien)
☐ Türkei
☐ Nordafrika (z.B. Ägypten, Tunesien, Marokko)
☐ Asien (z.B. Thailand, Indien, Bali)
☐ andere Fernziele (z.B. USA)
☐ keine Lieblingsziele
☐ sonstiges

3. **Welche Reisedauer hat Ihr Strandurlaub in der Regel? ***

- ☐ unter 5 Tage
☐ 5-10 Tage
☐ 10-14 Tage
☐ über 14 Tage

4. Welche der folgenden Motive sind für Ihren Strandurlaub ausschlaggebend? *

(Mehrfachnennung möglich)

☐ Entspannung, Ruhe

☐ Sonne, Strand

☐ Abwechslung zum Alltag

☐ Komfort, verwöhnen lassen, Wellness

☐ gutes Essen

☐ Freizeitaktivitäten (z.B. Ausflüge, Aquapark)

☐ Kultur und Traditionen des Landes oder der Region

☐ Naturerlebnis

☐ Sport

☐ Party

☐ neue Leute kennenlernen

☐ keine

☐ sonstiges

5. Sie fahren in den Strandurlaub normalerweise... *

(Mehrfachnennung möglich)

☐ alleine

☐ mit dem Freund/in, Lebenspartner/in

☐ mit der Familie

☐ mit den Freunden/innen

☐ sonstiges

6. Wie oft machen Sie durchschnittlich einen Strandurlaub? *

	2 mal im Jahr oder öfter	1 mal im Jahr	1 mal in 2 Jahren	seltener	nie gemacht
in Deutschland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
in den europäischen Ländern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
in den anderen Fernzielen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Welche Aussage trifft auf Sie zu? *

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Normalerweise buche ich eine Pauschalreise im Reisebüro
- ☐ Normalerweise buche ich eine Pauschalreise Online
- ☐ Ich bevorzuge Pauschalreisen, weil es unkomplizierter und schneller geht
- ☐ Ich buche Pauschalreisen, weil ich es schon immer gemacht habe
- ☐ Ich buche Pauschalreisen, weil es günstiger ist als eine zusammengestellte Reise
- ☐ Normalerweise stelle ich meine Reise selber zusammen
- ☐ keine

8. Welches Hauptverkehrsmittel benutzen Sie bis zu Ihrem Reiseziel? *

- ☐ Flugzeug
- ☐ Bahn
- ☐ Auto
- ☐ Bus
- ☐ sonstiges

9. Ihre typische Unterkunft vor Ort ist... *

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ ein Hotel 4 oder 5 Sterne
- ☐ ein Hotel 1,2 oder 3 Sterne
- ☐ Ferienwohnung, -haus/ Appartement
- ☐ Pension
- ☐ Hostel, Jugendherberge
- ☐ Campingplatz
- ☐ Privat bei Freunden/Bekannten
- ☐ sonstiges

10. Wie wichtig Sind Ihnen die folgenden Faktoren bei der Unterkunftswahl? *

	wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	unwichtig	weiß nicht
Preis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komfort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nähe zum Strand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ruhige Lage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
All-Inclusive-Angebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Freizeitprogramm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Swimming Pool, Sauna, Wellness	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Umwelt- und Sozialverantwortlichkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Normalerweise buchen Sie... *

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ All-Inclusive-Verpflegung
- ☐ Halbpension
- ☐ nur Frühstück
- ☐ keine Verpflegung

12. Wie oft führen Sie die folgenden Aktivitäten in Ihrem Strandurlaub durch? *

	nie	selten	manchmal	oft	sehr oft	weiß nicht
Baden und Schwimmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spaziergänge, Wanderungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bootsfahrten, Wale und Delphine beobachten usw.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Besuch des Aquaparkes, Freizeitparks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auto mieten um Ausflüge zu machen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Besuche von Restaurants, Cafes, usw.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wellnessangebote, Sauna usw.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Wie würden Sie Ihren Kontakt zu den Einheimischen vor Ort einschätzen? *

- ☐ Ich habe fast gar keinen Kontakt zu den Einheimischen. Die meisten Mitarbeiter in der Unterkunft/Restaurantes sind Ausländer und keine Einheimischen
- ☐ Es gibt ein wenig Kontakt hauptsächlich durch die Dienstleistungen (Unterkunft, Restaurants, Freizeitaktivitäten usw.)
- ☐ Ich versuche immer einen "Smalltalk" mit den Einheimischen zu führen und/oder lerne ein paar Phrasen auf Ihrer Sprache
- ☐ Ich unterhalte mich oft und gerne mit den Einheimischen über die verschiedensten Themen (Kultur, das Alltagsleben vor Ort, Tipps zur Ausflüge usw.)

14. Welche Aussage trifft auf Sie zu? *

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Mein Urlaub ist meistens umweltfreundlich bzw. nachhaltig gestaltet
- ☐ Bei manchen Aspekten (z.B. Unterkunftssuche, Aktivitätsauswahl) lege ich Wert auf Umweltfreundlichkeit
- ☐ Aspekt der Nachhaltigkeit/Umweltfreundlichkeit spielt bei meinem Strandurlaub keine große Rolle
- ☐ Für eine nachhaltige Reise bin ich bereit etwas mehr Geld auszugeben
- ☐ Ich würde eventuell nachhaltige Reisen buchen, wenn Reisebüros/Reiseveranstalter mehr davon anbieten würden
- ☐ In Fragen des nachhaltigen Reisens würde ich gerne mehr informiert werden
- ☐ Die Folgen des Klimawandels sind noch nicht kritisch. Das ist eine Frage der Zukunft
- ☐ keine

15. Würden Sie die folgenden Verhaltensoptionen in die Tat umsetzen um nachhaltiger zu verreisen? *

	mache ich jetzt schon	werde ich höchstwahrscheinlich ab der nächsten Reise tun	will ich in späterer Zukunft tun	will ich auch in Zukunft nicht tun	weiß nicht/ werde darüber nachdenken
Ziele in der Nähe statt Fernziele bevorzugen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eine lange Reise statt mehrere kurze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
keine Flugreisen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nur Ferienwohnungen, kleine Ökohotels und andere umweltfreundliche Unterkünfte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verzicht auf All-Inclusive-Verpflegung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CO2-Emissionen des Fluges kompensieren, in dem man für die Klimaschutzprojekte spendet (z.B. bei atmosfair.de)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kleine Lokale der Einheimischen mit den typischen Gerichten bevorzugen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
hauptsächlich "sanfte" Aktivitäten vor Ort ausführen (schwimmen, Rad fahren, wandern usw.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auf Wasser- und Stromverbrauch vor Ort achten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Welche der folgenden Aspekte könnten Sie motivieren die Urlaubsziele in Ihrer Nähe zu wählen? *

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ günstigere Preise
- ☐ schnellere Ankunftszeit zum Zielort
- ☐ abwechslungsreicheres Freizeitprogramm vor Ort
- ☐ mehr Information über nachhaltiges Reisen bzw. Klimawandel
- ☐ keine, ich möchte nicht auf die Fernreisen verzichten
- ☐ sonstiges

17. Würden Sie die folgenden Regionen als Alternativen für einen Strandurlaub betrachten? *

	trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Deutsche Nordseeküste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deutsche Ostseeküste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Südwestfrankreich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nordspanien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Norditalien/Kroatien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. **Geschlecht ***

- ☐ weiblich
- ☐ männlich

19. **Ihr Alter ***

- ☐ 18-25 Jahre
- ☐ 25-35 Jahre
- ☐ 35-50 Jahre
- ☐ 50-65 Jahre
- ☐ > 65 Jahre

20. **Welchen Bildungsabschluss haben Sie? ***

(Bitte den höchsten Bildungsabschluss wählen)

- ☐ Schule ohne Abschluss
- ☐ Hauptschulabschluss
- ☐ Realschulabschluss
- ☐ Abitur
- ☐ abgeschlossene Ausbildung
- ☐ Hochschulabschluss
- ☐ anderer Abschluss

21. **Ihr Berufsstatus ***

- ☐ Schüler/in
- ☐ Auszubildende/r
- ☐ Student/in
- ☐ berufstätig
- ☐ Hausfrau
- ☐ arbeitssuchend
- ☐ sonstiges

22. In welchem Bundesland wohnen Sie? *

☐ Baden-Württemberg

☐ Bayern

☐ Berlin

☐ Brandenburg

☐ Bremen

☐ Hamburg

☐ Hessen

☐ Mecklenburg-Vorpommern

☐ Niedersachsen

☐ Nordrhein-Westfalen

☐ Rheinland-Pfalz

☐ Saarland

☐ Sachsen

☐ Sachsen-Anhalt

☐ Schleswig-Holstein

☐ Thüringen

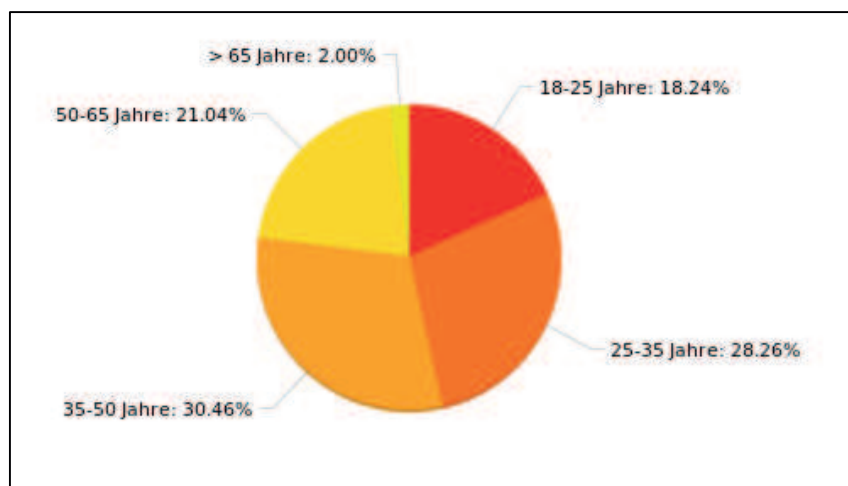
» [Umleitung auf Schlussseite von Umfrage Online](#) (ändern)

Anhang 2: Durchschnittlicher Energie- und Wasserverbrauch in europäischen Hotels und Campingplätzen

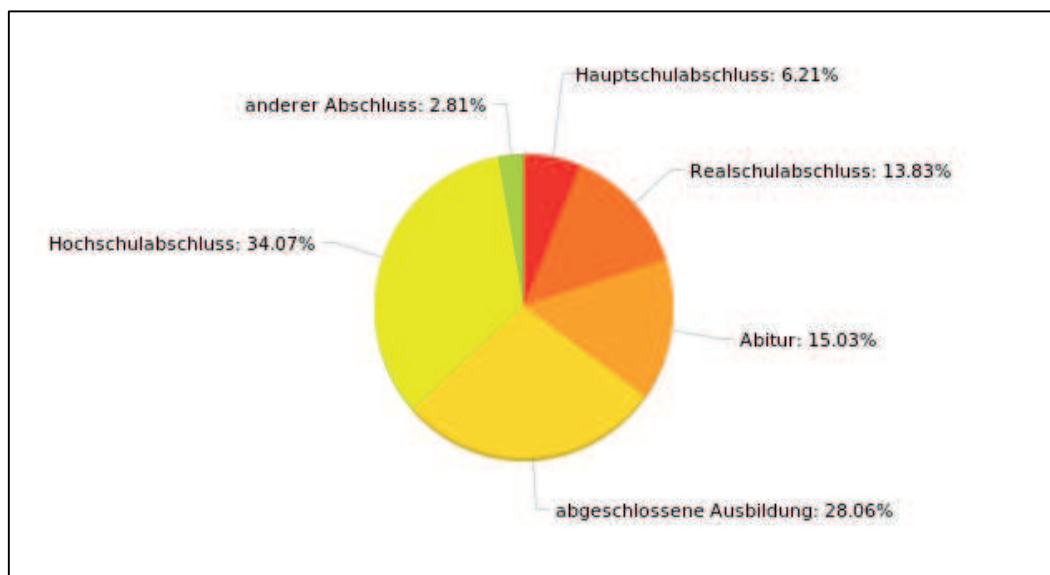
	Energie		Wasser	
	Durchschnitt kWh	kWh/Übernachtung	Durchschnitt m ³	Liter/Übernachtung
Hotel				
5 Sterne	4.265.639	74,8	33.680	594
4 Sterne	2.963.495	77,8	13.644	335
3 Sterne	860.644	83,5	5.306	424
2 Sterne	490.926	96,4	2.357	454
Campingplatz				
5 Sterne	545.826	10,8	9.158	221
4 Sterne	720.048	26,3	16.748	144
3 Sterne	339.916	27,8	4.017	132
2 Sterne	634.664	13,3	4.006	96

Quelle: Hamele/ Eckardt 2006, eigene Darstellung

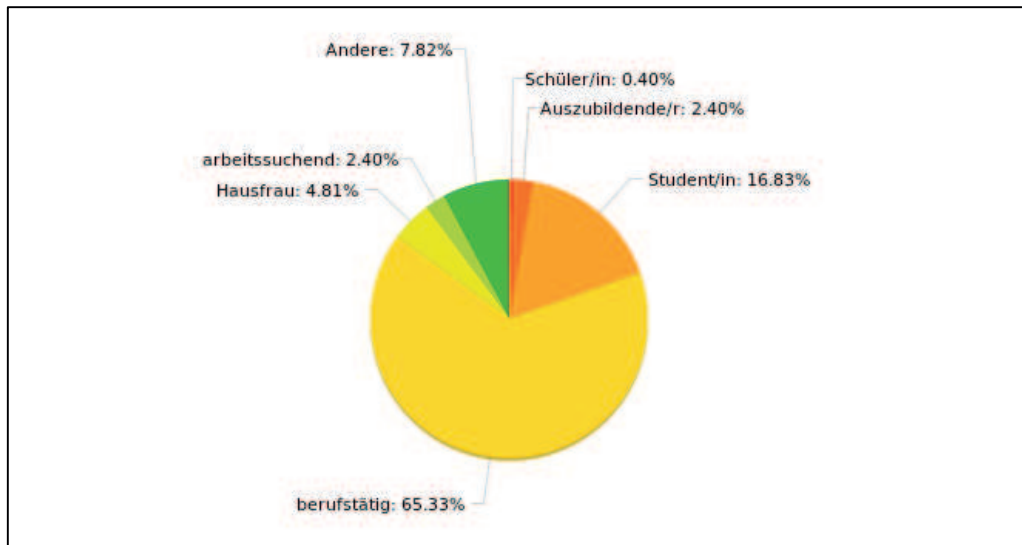
Anhang 3: Altersstruktur der Befragten



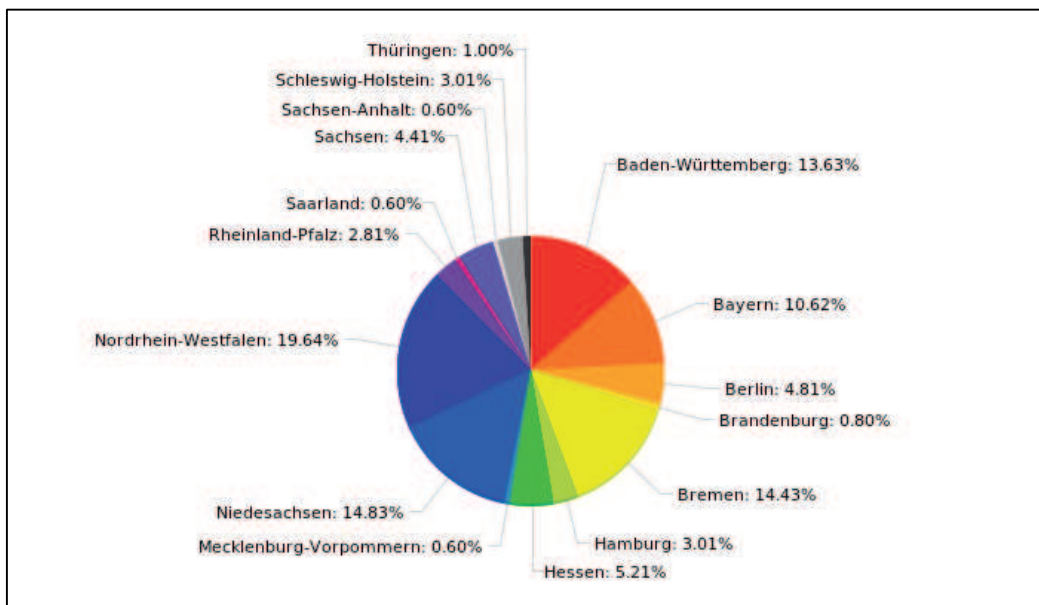
Anhang 4: Höchster Bildungsabschluss der Befragten



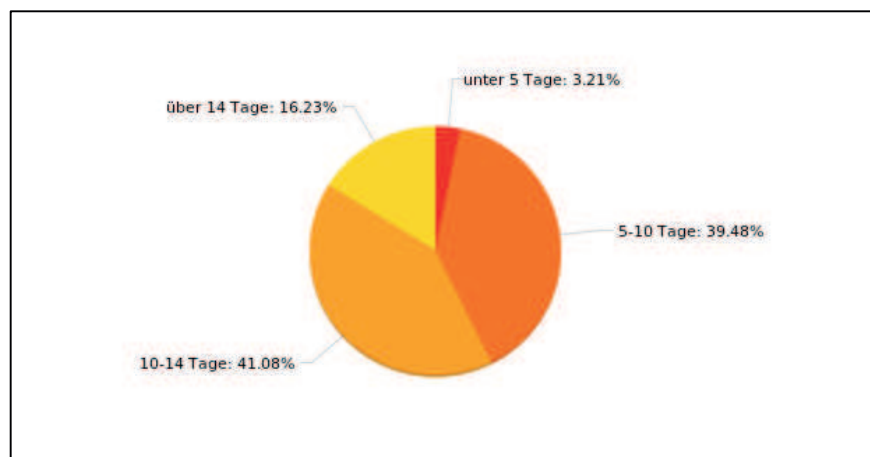
Anhang 5: Berufsstatus der Befragten



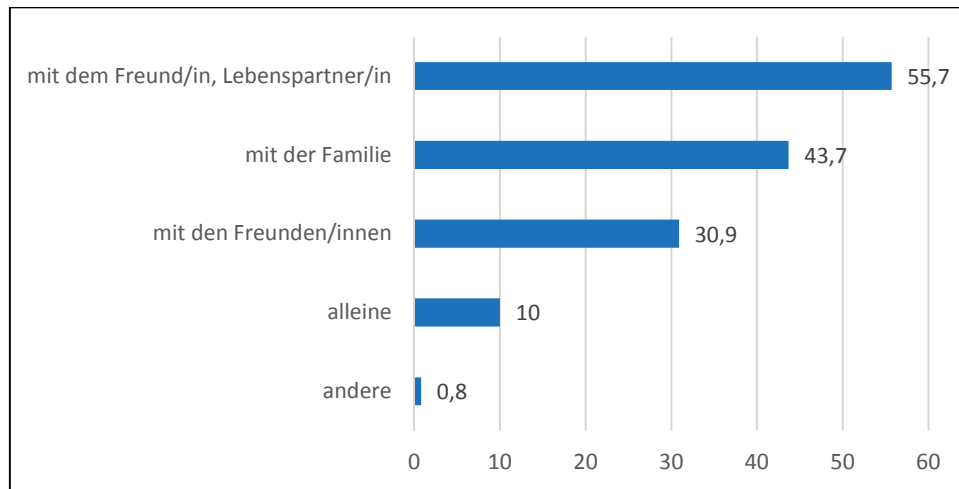
Anhang 6: Wohnort der Befragten



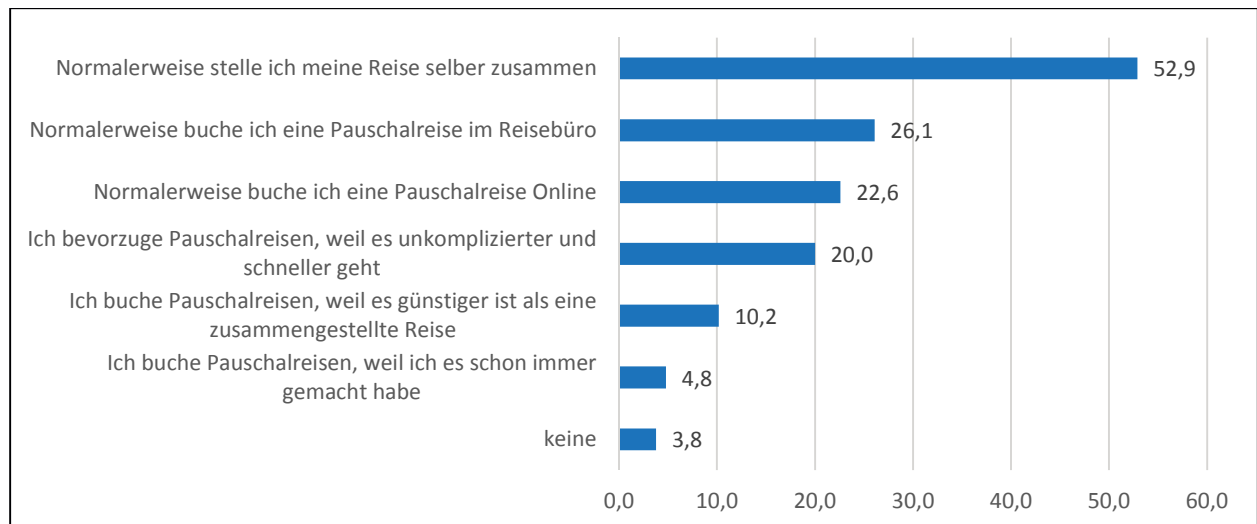
Anhang 7: Reisedauer im Strandtourismus



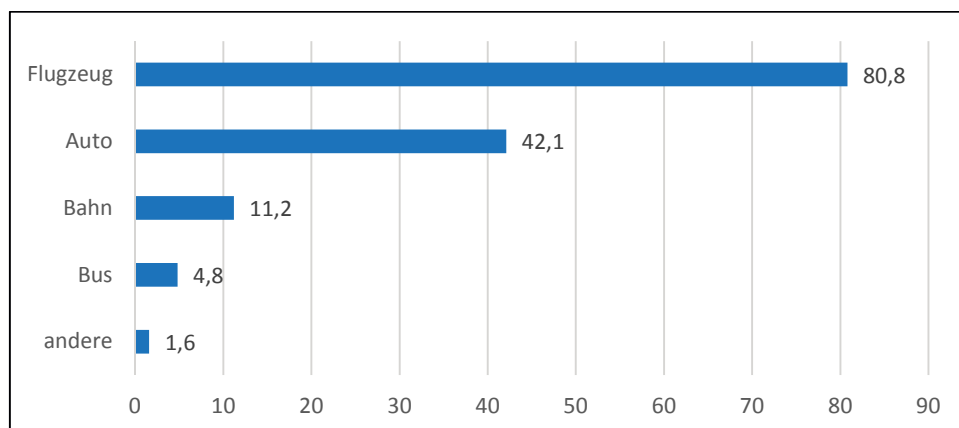
Anhang 8: Sie fahren in den Strandurlaub normalerweise... (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)



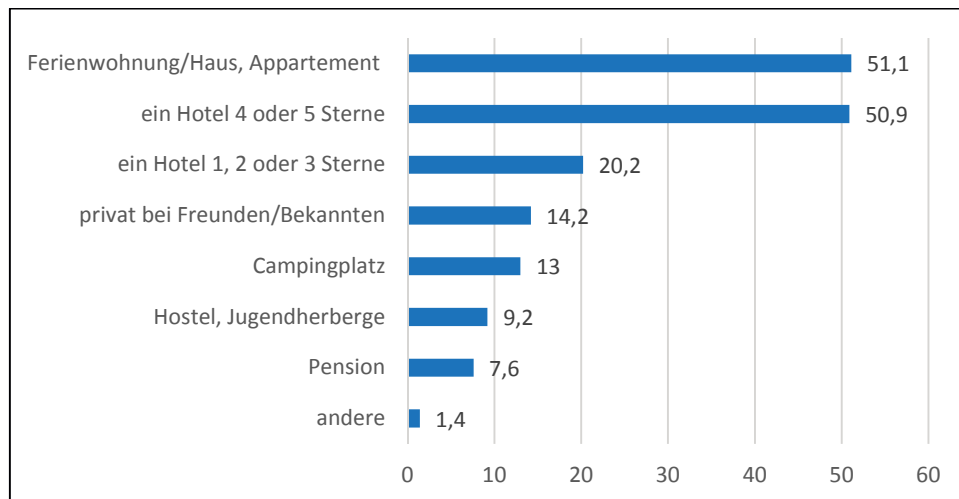
Anhang 9: Welche Aussage trifft auf Sie zu? (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)



Anhang 10: Hauptverkehrsmittel im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)



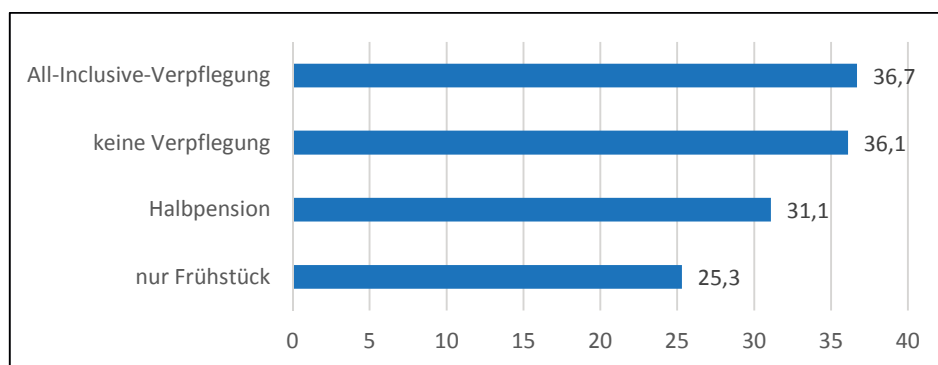
Anhang 11: Unterkünfte im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)



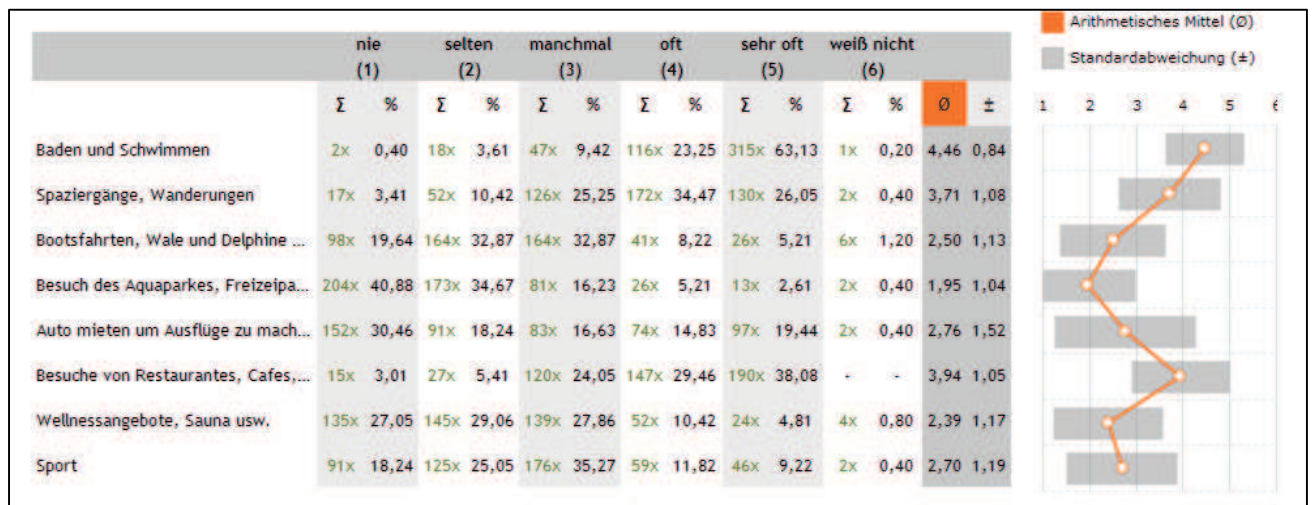
Anhang 12: Rolle bestimmter Faktoren bei der Unterkunftswahl



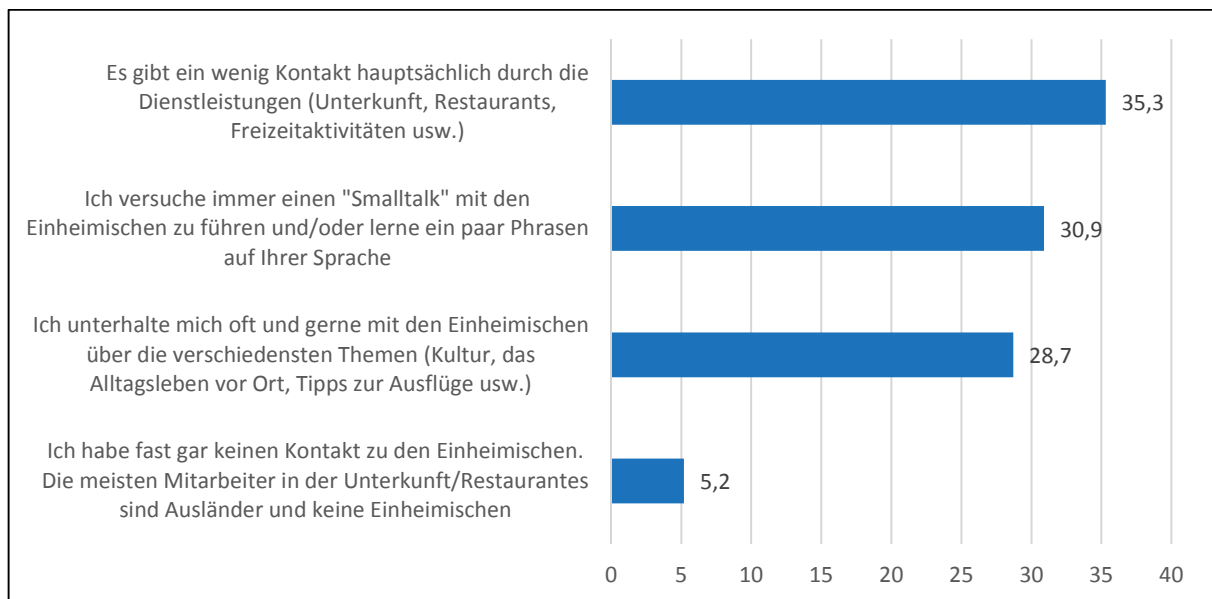
Anhang 13: Verpflegung im Strandtourismus (Angaben in %, Mehrfachnennung möglich)



Anhang 14: Rolle ausgewählter Freizeitaktivitäten im Strandurlaub



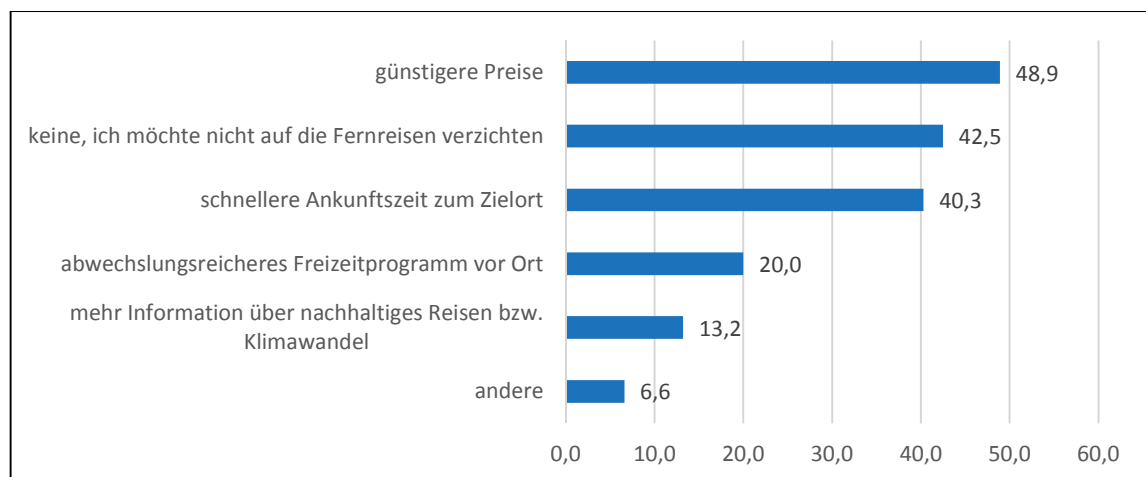
Anhang 15: Kontakt zu den Einheimischen im Strandurlaub (Angaben in %)



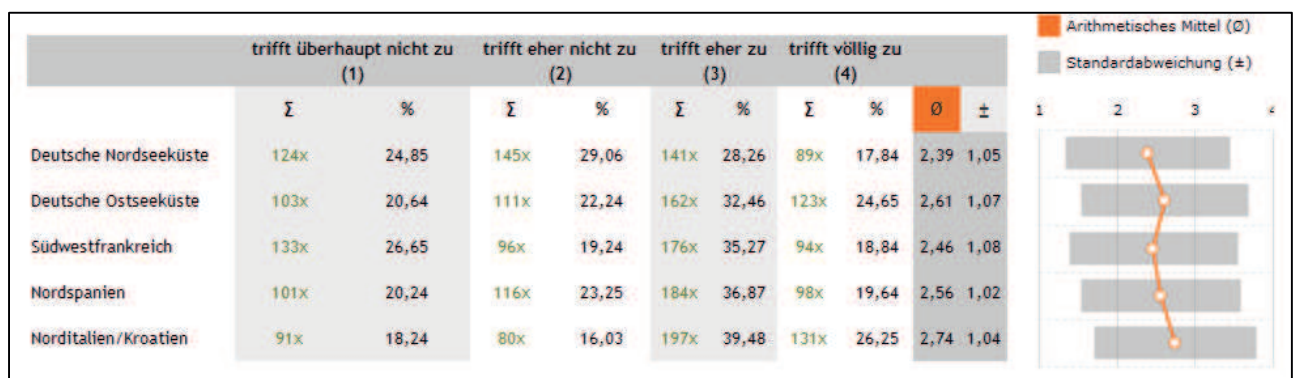
Anhang 16: Würden Sie die folgenden Verhaltensorptionen in die Tat umsetzen um nachhaltiger zu verreisen?



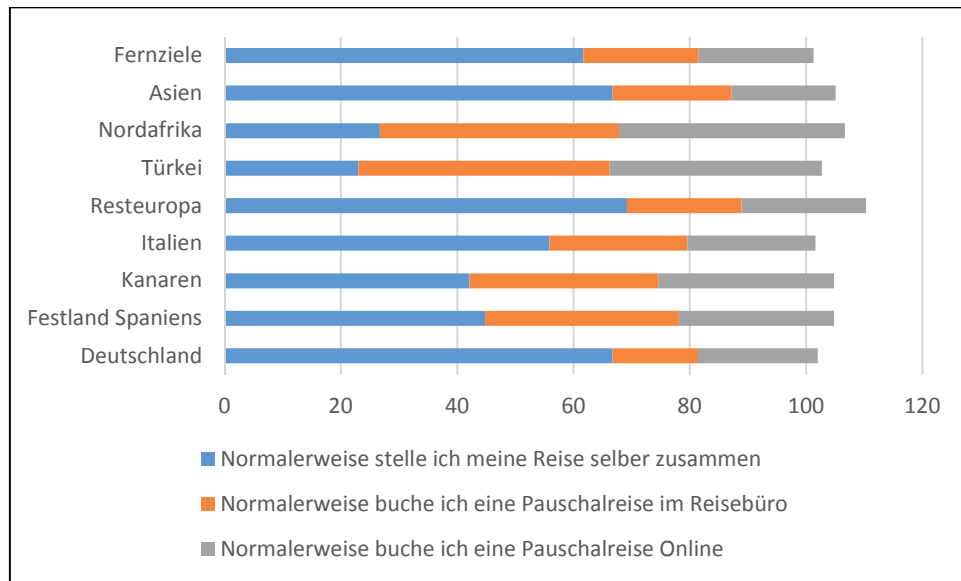
Anhang 17: Welche der folgenden Aspekte könnten Sie motivieren Urlaubsziele in Ihrer Nähe zu wählen?



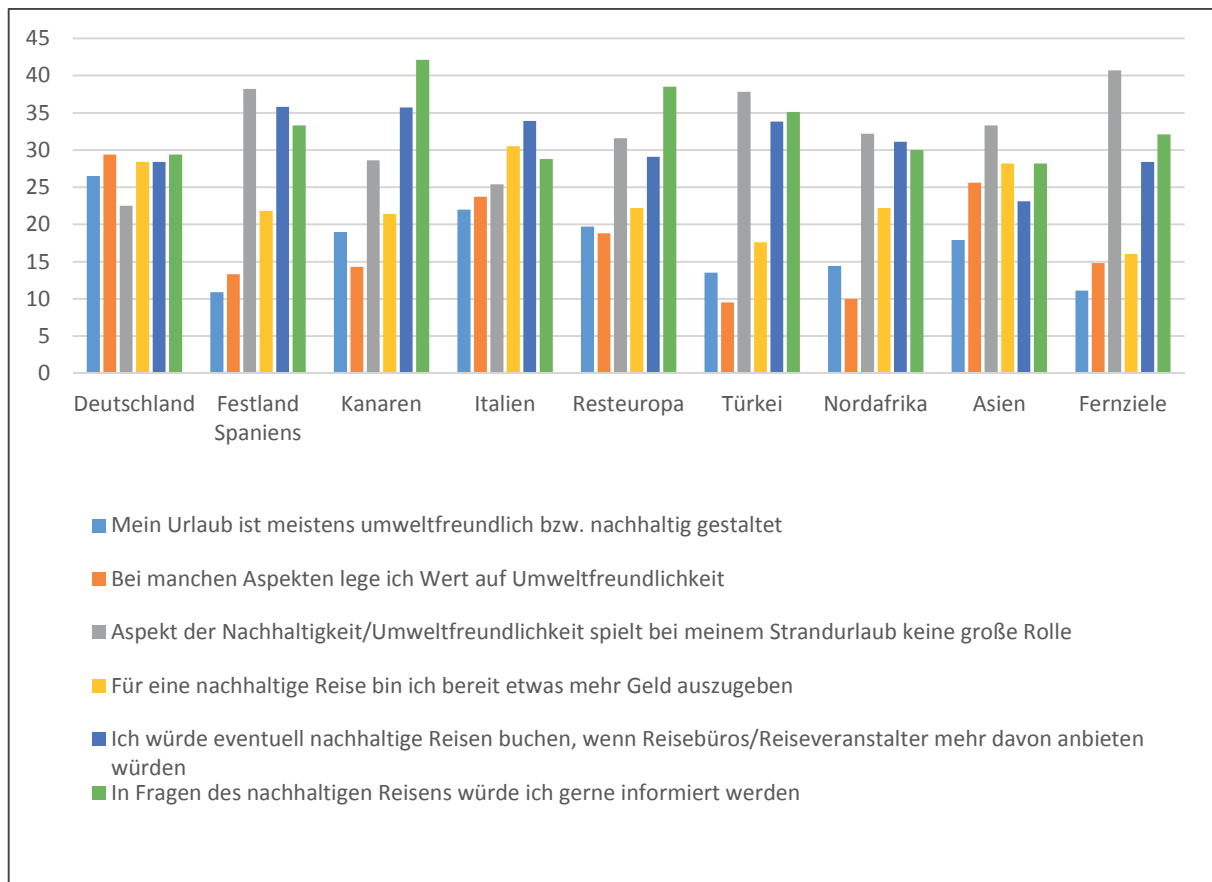
Anhang 18: Würden Sie die folgenden Regionen als Alternativen für einen Strandurlaub betrachten?



Anhang 19: Arten der Reise je nach ausgewählten Reisezielen (Anhaben in %, Mehrfachnennungen möglich)



Anhang 20: Einstellung zur Nachhaltigkeit je nach ausgewählten Reisezielen (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)



12 Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfasst habe und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel von mir verwendet wurden.

Alle wörtlichen oder sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken wurden von mir als solche kenntlich gemacht.

Stuhr, 4.02.2016